

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**



**TESIS DOCTORAL**

**Análisis sociolingüístico de la imagen de España e Italia en  
"Theguardian.com" (2013-2014)**

**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**

**PRESENTADA POR**

**Beatriz Rodríguez Cuadrado**

**Director**

**José Antonio Ruiz San Román**

**Madrid, 2018**

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**

**TESIS DOCTORAL**

**Análisis sociolingüístico de la imagen de España e Italia en  
*Theguardian.com* (2013-2014)**



MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

**Beatriz Rodríguez Cuadrado**

Director

**José Antonio Ruiz San Román**

MADRID

2017



**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN**

**TESIS DOCTORAL**

**Análisis sociolingüístico de la imagen de España e Italia en  
*Theguardian.com* (2013-2014)**



**MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR**

**PRESENTADA POR**

**Beatriz Rodríguez Cuadrado**

**Director**

**José Antonio Ruiz San Román**

**MADRID**

**2017**



**A mi madre, por darme fuerza**



## **AGRADECIMIENTOS**

Esta tesis doctoral se ha llevado a cabo gracias a la implicación de unas personas muy valiosas que me han regalado su tiempo y me han enriquecido con sus sabios e instructivos consejos.

En primer lugar, debo destacar que el deseo de realizar esta etapa tan importante de mi trayectoria académica se ha podido cumplir con la orientación y el apoyo de mi director de tesis, José Antonio Ruiz San Román. Todo mi agradecimiento por sus indicaciones, consejos y su disponibilidad siempre que la he necesitado.

Por supuesto, muchas gracias a los directores de los institutos culturales que tan amablemente accedieron a recibirme y cuya aportación ha sido inestimable. También, mi agradecimiento a Carmen y a Pilar, que con sus consejos y ayuda han contribuido a esta tesis.

Quiero expresar mi más profundo y cariñoso agradecimiento a mi madre, sin ella esta investigación no hubiera sido posible. Le estoy eternamente agradecida por su paciencia y por alentarme siempre a conseguir mis metas. Dedico este gran esfuerzo a mis padres por su cariño incondicional y apoyo durante mi etapa formativa. Una mención muy especial para mi hermana Ruth de la que estoy tan orgullosa y cuya empatía me ha proporcionado tanto bienestar.

No puedo dejar de mencionar mi gratitud hacia Guillem, por su comprensión y por estar a mi lado siempre en los momentos que más lo necesitaba.





## Resumen

Esta tesis analiza la representación de la imagen de España y de Italia mediante el uso del lenguaje en la versión digital del diario *The Guardian* durante los años 2013 y 2014. Esta investigación, basada en el análisis crítico del discurso, relaciona las dimensiones lingüística y social a través del discurso mediático. Dicho enfoque discursivo enmarca las noticias en un momento de crisis económica, política y social de un mundo en constante cambio. En estrecha relación con la imagen de un país, se hallan los estereotipos sociales y culturales, que generan unas determinadas representaciones mentales en la audiencia. El análisis del texto informativo consta de dos fases distintas y complementarias, una de carácter cualitativo y otra cuantitativa. Para ello, se elaboró un corpus textual constituido por aquellas noticias que contenían en sus titulares los lemas *Spain* y *Spanish* e *Italy* e *Italian*. La metodología de la primera fase de la investigación, de carácter cualitativo, consistió en la clasificación temática, el análisis de los titulares y el resumen de su contenido. En este análisis crítico se valoró si se llevó a cabo un buen manejo de esta temática o si, por el contrario, se pudo realizar una mala gestión de los contenidos por el exceso de información, la desinformación o la elección de unas noticias sin aparente relevancia para sus lectores. El análisis de los titulares y el resumen del contenido de las noticias se empleó, además, para la implicatura y la valoración de las connotaciones que se podían desprender, teniendo en cuenta la ideología del emisor y del receptor de las noticias. El método de trabajo de la segunda parte ha consistido en el análisis del género periodístico en los niveles léxico-semántico y morfosintáctico (el uso y frecuencia del empleo de adjetivos, verbos y sustantivos). Los resultados vinculan las estrategias de argumentación con las atribuciones estereotipadas y la exposición de rasgos positivos o negativos en torno a la imagen de los dos países objeto de estudio. Asimismo, se han hallado determinadas afirmaciones implícitas o explícitas de los acontecimientos que sugieren que las orientaciones del discurso periodístico generado por este medio británico pueden influir en las representaciones mentales sobre España e Italia de sus lectores.



## Abstract

This thesis analyzes how the views about Spain and Italy are represented in the language used in the online version of the newspaper *The Guardian* during the years 2013 and 2014. This study, based on critical discourse analysis, links linguistic and social aspects of media discourse. The aim is to find a frame of reference in the news within a period of economic, political and social crisis, and with a world in constant change. The national image is closely related to social and cultural stereotypes that shape mental representations in the audience. The methodology of this study gives special relevance to context, content and vocabulary in the news. The results link the argumentation strategies with stereotyped attributes, and the exposition of positive and negative aspects have been found around the national image of the two studied countries. The analysis consisted of two different but complementary stages. For this purpose, a textual corpus constituted by the news containing *Spain* and *Spanish* and *Italy* and *Italian* in their headlines was created. The methodology of first stage (qualitative research) consisted in the thematic classification, the analysis of the headlines and the summary of the content. In this critical analysis it was assessed if a good management of the agenda setting was carried out or if, on the contrary, the media performed a poor management of the contents due to an excess of information, the disinformation, or the selection of news without apparent relevance for their readers. The analysis of the headlines and the summary of the content of the news was also used for the study of the implicature and the connotations involved, taking into account the ideology of the media and its audience. The methodology of the second stage (quantitative research) consisted in the analysis of the news at the lexical-semantic and morphosyntactic levels (the use and frequency of adjectives, verbs and nouns). The results link strategies of argumentation and stereotyped attributions with the positive or negative image of Spain and Italy. Finally, certain implicit or explicit data have been found which suggest that the view of the journalistic discourse generated by this British newspaper can influence the mental representations on Spain and Italy of its readers. Finally, some implicit or explicit assertions about the events that occurred during the studied period suggest the approach adopted by journalistic discourse shapes the reader's mental representation of Spain and Italy.



# ÍNDICE

Resumen .....	v
Abstract .....	vii
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1.Introducción .....	3
1.2.Objetivos .....	5
1.3.Hipótesis y preguntas de investigación.....	7
1.4.Estructura .....	8
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO: DELIMITACIÓN DE LOS CONCEPTOS UTILIZADOS .....	11
2.1. Introducción .....	13
2.2 Contexto histórico-temporal .....	15
2.3. Conceptos sociológicos y comunicativos utilizados.....	22
2.3.1. Concepto de cultura.....	22
2.3.2. Estereotipos culturales y sociales .....	25
2.3.3. Dimensiones culturales de Hofstede .....	28
2.3.4.Identidad social y cultural .....	37
2.3.5.Política cultural exterior .....	39
2.3.6.Reputación e imagen exterior de España .....	41
2.3.7.Reputación e imagen exterior de Italia.....	48
2.4. Aspectos lingüísticos del periodismo .....	50
2.4.1. Aproximación al análisis crítico del discurso .....	50
2.4.2. Aproximación a la filosofía del lenguaje .....	54
2.4.3. El análisis de corpus.....	57
2.4.4. Características del lenguaje periodístico .....	62
2.4.5. Los medios digitales.....	65

2.4.6. La noticia.....	66
2.4.7. Recursos estilísticos en el discurso periodístico .....	70
2.4.8. Medios de comunicación y estereotipos.....	75
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS NOTICIAS SOBRE ESPAÑA E ITALIA PUBLICADAS EN <i>Theguardian.com</i> .....	
3.1. Metodología .....	81
3.1.1. Introducción .....	81
3.1.2. Método de trabajo.....	82
3.1.3. Justificación de la muestra .....	85
3.2. Resultados y Análisis de los resultados .....	89
3.2.1. Primera Fase: Análisis cualitativo.....	89
3.2.1.1. Clasificación temática, resumen y connotaciones .....	89
3.2.1.1.1. Clasificación temática, resumen y connotaciones sobre España ....	92
3.2.1.1.2. Clasificación temática, resumen y connotaciones sobre Italia .....	135
3.2.1.2 Análisis de los recursos estilísticos .....	172
3.2.1.2.1 Recursos hallados en los titulares de las noticias sobre España ....	173
3.2.1.2.2. Recursos hallados en los titulares de las noticias sobre Italia .....	195
3.2.2. Segunda fase: Análisis léxico.....	215
3.2.2.1. Información sobre España.....	217
3.2.2.1.1. Resultados y análisis de la frecuencia léxica.....	217
3.2.2.1.2. Resultados y análisis de las listas de concordancias.....	220
3.2.2.1.3. Resultados hallados en el análisis del Universo de palabras .....	230
3.2.2.1.4. Resultados del análisis de carácter gramatical .....	235
3.2.2.2. Información sobre Italia .....	244
3.2.2.2.1. Resultados y análisis de la frecuencia léxica.....	244
3.2.2.2.2. Resultados del análisis de las concordancias léxicas .....	248
3.2.2.2.3. Resultados hallados en el análisis del Universo de palabras .....	254

3.2.2.2.4. Resultados de carácter gramatical .....	257
3.3. Análisis de la Imagen y connotaciones sobre España e Italia en las noticias ....	267
3.3.1. Análisis de la temática de las noticias sobre España.....	267
3.3.2. Análisis de la connotación de las noticias sobre España.....	270
3.3.3. Análisis de la temática de las noticias sobre Italia .....	274
3.3.4. Análisis de la connotación de las noticias sobre Italia .....	277
3.4. Análisis del contenido de las noticias en función de los estereotipos: .....	280
3.5. Análisis de las noticias en función de las dimensiones culturales de Hofstede	283
3.5.1. Análisis comparativo de las dimensiones culturales entre España, Italia y el Reino Unido .....	283
CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES .....	289
Conclusiones.....	291
Referencias Bibliográficas.....	301





## Índice de imágenes

<b>Imagen nº1.</b> Informe sobre <i>Theguardian.com</i> elaborado por <i>Audit Bureau of Circulation</i> .....	86
<b>Imagen nº2.</b> Ejemplo de portada de <i>Theguadian.com</i> .....	87
<b>Imagen nº3.</b> Llamamiento al lector para su colaboración en <i>Theguardian.com</i> ....	87
<b>Imagen nº4.</b> Lista de concordancias sobre <i>Spain</i> .....	221
<b>Imagen nº5.</b> Universo de palabras sobre <i>Spain</i> .....	231
<b>Imagen nº6.</b> Universo de palabras sobre <i>Spanish</i> .....	233
<b>Imagen nº7.</b> Lista de concordancias sobre <i>Italy</i> .....	249
<b>Imagen nº8.</b> Universo de palabras sobre <i>Italy</i> .....	255
<b>Imagen nº 9.</b> Universo de palabras sobre <i>Italian</i> .....	256



## Índice de gráficos

<b>Gráfico nº 1.</b> Dimensiones sociales y culturales en España (Hofstede, 2001)...	32
<b>Gráfico nº 2.</b> Dimensiones sociales y culturales en Italia (Hofstede, 2001).....	35
<b>Gráfico nº 3.</b> Dimensiones sociales y culturales en Reino Unido (Hofstede (2001).....	37
<b>Gráfico nº 4.</b> Fases en el análisis de noticias.....	82
<b>Gráfico nº 5.</b> Resultados de las noticias por temática sobre España (2013).....	267
<b>Gráfico nº 6.</b> Resultados de las noticias por temática sobre España (2014).....	269
<b>Gráfico nº 7.</b> Connotaciones de las noticias sobre España (2013).....	272
<b>Gráfico nº 8.</b> Connotaciones de las noticias sobre España (2014).....	273
<b>Gráfico nº 9.</b> Análisis comparativo de la temática sobre España (2013-2014)...	274
<b>Gráfico nº 10.</b> Resultados de noticias por temática sobre Italia (2013).....	275
<b>Gráfico nº 11.</b> Resultados de las noticias por temática sobre Italia (2014).....	276
<b>Gráfico nº 12.</b> Análisis comparativo de la temática sobre Italia (2013-2014)...	276
<b>Gráfico nº 13.</b> Connotaciones de las noticias sobre Italia (2013).....	279
<b>Gráfico nº 14.</b> Connotaciones de las noticias sobre Italia (2014).....	279
<b>Gráfico nº 15.</b> Dimensiones de España, Reino Unido e Italia basado en Hofstede ( 2011).....	284



## Índice de tablas

<b>Tabla nº 1.</b> Máximas conversacionales (Grice, 1975).....	55
<b>Tabla nº 2.</b> Características de <i>WordsSmith</i> .....	59
<b>Tabla nº 3.</b> Características de <i>Sketch Engine</i> .....	60
<b>Tabla nº 4.</b> Secciones y subsecciones temáticas de las noticias sobre España.....	134
<b>Tabla nº 5.</b> Secciones y subsecciones temáticas de las noticias sobre Italia.....	171
<b>Tabla nº 6.</b> Recursos estilísticos con los lemas <i>Spain</i> y <i>Spanish</i> en el año 2013.....	178
<b>Tabla nº 7.</b> Recursos estilísticos con los lemas <i>Spain</i> y <i>Spanish</i> en el año 2014.....	185
<b>Tabla nº 8.</b> Recursos estilísticos sobre España empleadas en la totalidad en los titulares.....	186
<b>Tabla nº 9.</b> Recursos estilísticos con los lemas <i>Italy</i> e <i>Italian</i> en el año 2013.....	201
<b>Tabla nº 10.</b> Recursos estilísticos con los lemas <i>Italy</i> e <i>Italian</i> en el año 2014.....	206
<b>Tabla nº 11.</b> Recursos estilísticos sobre Italia empleadas en la totalidad en los titulares.....	206
<b>Tabla nº 12.</b> Número de noticias del corpus.....	215
<b>Tabla nº 13.</b> Frecuencia de palabras de los lemas <i>Spain/Spanish</i> e <i>Italy/Italian</i> .....	216
<b>Tabla nº 14.</b> Palabras con significado negativo para España.....	219
<b>Tabla nº 15.</b> Palabras con significado positivo para España.....	220
<b>Tabla nº 16.</b> Concordancias con <i>Spain/Spanish</i> clasificadas por temática.....	227
<b>Tabla nº 17.</b> Frecuencia del universo de palabras de <i>Spain</i> .....	232
<b>Tabla nº 18.</b> Frecuencia del universo de palabras de <i>Spanish</i> .....	234
<b>Tabla nº 19.</b> Resultados gramaticales de <i>Spain</i> .....	236
<b>Tabla nº 20.</b> Resultados gramaticales de <i>Spanish</i> .....	240
<b>Tabla nº 21.</b> Palabras con significado negativo para Italia.....	247
<b>Tabla nº 22.</b> Palabras con significado positivo para Italia.....	248
<b>Tabla nº 23.</b> Concordancias con <i>Italy/Italian</i> por temática.....	254
<b>Tabla nº 24.</b> Frecuencia del universo de palabras de <i>Italy</i> .....	256
<b>Tabla nº 25.</b> Frecuencia del universo de palabras de <i>Italian</i> .....	257
<b>Tabla nº 26.</b> Resultados gramaticales de <i>Italy</i> .....	263

<b>Tabla nº 27.</b> Resultados gramaticales de <i>Italian</i> .....	266
<b>Tabla nº 28.</b> Dimensiones de Hofstede (2001) comparadas entre el Reino Unido, España e Italia .....	286

# **CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN**





## 1.1. Introducción

De manera creciente, en los últimos años, la imagen o la reputación de un país se ha convertido en objeto de estudio para los gobiernos e instituciones públicas y privadas como variable importante del desarrollo económico (Labarca, 2008). Para Anholt (2007), esta tiene un impacto directo y medible en casi todos los aspectos de su compromiso con otros países y desempeña una función fundamental en su progreso económico, educativo, social, político y cultural.

Esta tesis doctoral, enmarcada dentro del análisis crítico del discurso, lleva a cabo el análisis de la imagen de España e Italia que se presenta en el diario anglosajón *The Guardian*, en formato digital. El periodo estudiado, 2013-2014, coincide con la crisis económica y social de principios del siglo XXI. La investigación contempla el objeto de estudio con una mirada multidisciplinar, ya que aborda los campos del Periodismo, la Sociología, la Lingüística y la Cultura. En concreto, se examina la actuación sociolingüística aparecida en *Theguardian.com* con el propósito de recoger los usos que se hacen en torno a la imagen de estos dos países en el exterior.

Este trabajo parte del supuesto de que los posibles efectos de los medios de comunicación son relevantes en la generación de la imagen de un país sobre el sistema social. El poder de los medios sobre la opinión pública repercute en la percepción de los acontecimientos por parte de sus lectores, dado que de los medios depende la elección y la cobertura temática. Por tanto, los medios de comunicación se constituyen como generadores determinantes de la opinión pública (Lippman, 2003) y desempeñan un papel primordial en la percepción de la realidad que capta su audiencia. El discurso que generan es capaz de influir en la forma de adquirir, aprender y modificar las creencias y actitudes sobre una sociedad. En estrecha relación, se sitúan la formación y la difusión de los estereotipos sociales que se transmiten al público (Ruiz San Román, 1997).

Por otra parte, muchos autores señalan la importante función social que ejerce gran parte de la información que reside en Internet (Lucas Marín et al., 2009) Así, Crystal (2002) habla del potencial comunicativo y social de la red y, también, de la gran preocupación que surge en torno a ello.

Consecuentemente, este estudio tiene como objeto determinar, desde una perspectiva sociolingüística, las funciones de los medios de comunicación en la creación de connotaciones positivas y negativas de un país a través del uso del lenguaje periodístico. En concreto, esta investigación se centra en la imagen y la representación de los estereotipos sobre la sociedad española e italiana y de su difusión en el exterior llevada a cabo por *Theguardian.com*. Por ello, se lleva a cabo un análisis léxico-semántico y del establecimiento de la denominada *agenda setting*, que los medios establecen a la hora de crear y divulgar una imagen positiva o negativa en torno a estos países.

Por otra parte, desde un punto de vista socio-económico, a causa de la crisis de principios del siglo XXI, los países mediterráneos se encuentran en una situación de deterioro que repercute en la imagen exterior que proyectan.

Es, sin duda, necesario recabar que desde el inicio de esta crisis socio-económica, los medios han desempeñado un papel determinante en la conformación de la imagen de los distintos países occidentales, poniendo de manifiesto una distancia cada vez mayor entre los dos bloques. Así, el poder mediático de la prensa se hacía patente cuando el periódico *Financial Times* hizo uso del acrónimo despectivo *PIGS* para designar las economías portuguesa, italiana, griega y española.

Un concepto ligado al ámbito económico y empresarial que explica posiblemente que la motivación de lo sucedido es la presión competitiva. Pedralba Fortuny (2014) habla de la “competitividad entre países” en el entorno globalizado existente. Este autor explica la causa de este fenómeno:

Se ha creado como consecuencia de las necesidades surgidas en un nuevo mundo sin fronteras en el que los países rivalizan para defender mejor sus propios intereses e influir en el contexto (Pedralba Fortuny, 2014, p. 21).

Los efectos de esta competitividad están estrechamente vinculados al concepto de estereotipo cultural y social en la creación de la opinión pública y en la reputación e imagen de un país. En cuanto al primer concepto, existe el empleo frecuente de los estereotipos negativos que muestran a españoles e italianos, frente a los positivos, que definen a anglosajones y germanos.

Para realizar este estudio se ha constituido un corpus que está formado por aquellas noticias cuyo titular contiene las palabras *Spain* y *Spanish*, y por otro lado, *Italy* e *Italian*, en la edición digital del diario inglés *The Guardian* durante los años 2013 y 2014. En él, se hace balance de los elementos más notorios difundidos por el medio anglosajón para su evaluación y el posterior análisis contrastivo de los dos países. Por tanto, la intención última de esta tesis ha sido hallar los significados asociados a la imagen de España e Italia a través del tratamiento sociolingüístico, para determinar su influencia sobre el lector de este medio de comunicación digital.

La metodología, tal como se expone en la segunda parte de este trabajo, está basada en el análisis del discurso y en la lingüística de corpus. Han sido de especial relevancia los resultados obtenidos de las listas de concordancias, las palabras clave y las listas de frecuencia léxica para configurar la imagen de España e Italia difundida por el diario digital inglés.

Como marco de referencia, se han considerado diversas teorías sobre el análisis crítico del discurso (Wodak 2003 y 2003b; Wodak y Meyer, 2003; Van Dijk, 2003; Fairclough, 2003); la filosofía del lenguaje (Grice, 1975; Sperber y Wilson, 1986; Brown y Levinson, 1987; Brown y Yule, 1983); de las figuras del lenguaje como la metáfora y la metonimia (Lakoff, 1987, 1993; Lakoff y Johnson, 1980), así como del concepto de prosodia semántica, es decir, el análisis de cómo palabras aparentemente neutrales pueden reflejar connotaciones positivas o negativas en función de las unidades léxicas a las que acompañan (Sinclair, 2004).

## **1.2. Objetivos**

El objetivo principal de esta investigación es mostrar la imagen de España e Italia a través de la información que transmite *Theguardian.com*.

Los medios de comunicación son generadores de opinión pública, por lo que la visión que ofrecen influye decisivamente en la sociedad mediante la difusión, creación o modificación de marcos (*frames*) o modelos de conocimiento (Fillmore, 2006) sobre el mundo que les rodea.

Además del objetivo general y primordial, se han fijado los siguientes objetivos específicos:

- 1) Mostrar la complejidad de los significados asociados a la imagen exterior de España e Italia mediante la selección de noticias de los diarios analizados.
- 2) Evaluar las posibles representaciones mentales sobre estos países que *theguardian.com* puede crear en los lectores mediante el empleo de unos determinados estereotipos.
- 3) Tratar de ofrecer una explicación a la imagen de los países estudiados a partir del análisis de los contenidos periodísticos. Un estudio detallado de los contenidos publicados puede contribuir a desvelar elementos nuevos que determinen la interacción social con los medios.
- 4) Poner de manifiesto la necesidad de sensibilizar a los medios de comunicación de que un uso sesgado del lenguaje puede influir en la percepción negativa de un país.
- 5) Incidir en que un determinado empleo de los recursos estilísticos, la frecuencia léxica y otros recursos del lenguaje pueden determinar la imagen de un país en sus lectores.
- 6) Hacer una evaluación de la elección de la temática considerada como publicable por el medio de comunicación objeto de análisis (*Agenda Setting*) para establecer si se ha producido una desinformación o por el contrario un exceso de información sobre los temas de España e Italia que pudiera influir en la percepción de su imagen por parte de sus lectores.
- 7) Finalmente, me propongo comparar los datos de ambos países entre sí a través de los indicadores sociales disponibles.

### 1.3. Hipótesis y preguntas de investigación

A continuación, se enumeran las principales hipótesis y preguntas de investigación planteadas:

Primera Hipótesis:

La percepción de la información de España e Italia en la prensa analizada se encuentra determinada por unos estereotipos fuertemente arraigados, positivos o negativos, muchos de los cuales están en clara contradicción con los estudios recientes sobre la realidad social de estos dos países mediterráneos.

Segunda Hipótesis:

En las noticias publicadas en *Theguardian.com* sobre los países analizados se manifiesta de manera explícita e implícita una percepción negativa de la imagen de España y de Italia. Esta percepción se refleja tanto en la elección de la temática como en los distintos niveles discursivos: textual, léxico y gramatical.

A la luz de los objetivos y las hipótesis se proponen las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Existe una imagen exterior de España e Italia “mediatizada” y, en consecuencia, marcada por los prejuicios en el diario analizado?
- ¿La imagen presentada en *Theguardian.com* de estos países se ajusta a la realidad actual o entra en contradicción con los estudios o datos científicos recientes y contrastables?

- ¿Existe un especial interés hacia estos dos países mediterráneos debido a la crisis económica o existen otros aspectos sociológicos, históricos, etc. que lo determinan?
- ¿La selección de noticias publicadas sobre estos países ha sido llevada a cabo de forma correcta o se ha producido una desinformación o, contrariamente, un exceso de información sobre los temas de España e Italia que pudiera influir en la percepción de su imagen por parte de los lectores de este medio?
- ¿Existe una relación entre aspectos léxico-semánticos, como la frecuencia y las concordancias, y la imagen positiva o negativa proporcionada por las noticias en un medio?

## **1.4. Estructura**

Esta tesis está estructurada en las siguientes secciones:

El comienzo, tras la introducción, está dedicado a la revisión de los diferentes conceptos teóricos utilizados. El objetivo de esta primera parte es sentar las bases sobre las que se desarrollará la investigación.

Se comenzará por situar este estudio en el contexto histórico-temporal. Posteriormente, se pondrá de manifiesto la importancia de la imagen exterior de los países objeto de estudio desde una perspectiva social y su relación con el poder mediático de la prensa digital. Finalmente, se proporcionarán las bases lingüísticas teóricas sobre las que se asienta la investigación.

De ese contraste surgirán las decisiones sobre el modo de elaboración del estudio empírico, que aparecen en la parte dedicada a la Metodología y al Análisis de los resultados. En ella exponen la metodología empleada, que se desarrolla en una fase cualitativa y otra cuantitativa, y se describirán las características de los textos seleccionados. En este capítulo se expondrán de manera pormenorizada los parámetros establecidos para este análisis.

En síntesis, se desglosan brevemente los puntos de esta fase metodológica:

- (a) investigar el contexto del discurso en sus aspectos lingüísticos, sociológicos y culturales,
- (b) buscar las opiniones positivas y negativas acerca de España y de Italia que se desprenden del análisis de las noticias publicadas,
- (c) explicar lo más detalladamente posible lo presupuesto y lo implicado (denotaciones y connotaciones), teniendo especialmente en cuenta la ideología del emisor y los receptores de las noticias,
- (d) llevar a cabo un análisis de la temática de los titulares y de los contenidos sobre estos dos países en este medio durante el periodo estudiado y
- (e) estudiar las estructuras textuales en los niveles discursivo (figuras del lenguaje), léxico-semántico y morfo-gramatical.

Finalmente, se expondrán las conclusiones a las que se ha llegado en las diferentes fases de esta investigación.





## **CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO: DELIMITACIÓN DE LOS CONCEPTOS UTILIZADOS**



## 2.1. Introducción

Los medios de comunicación desempeñan un papel primordial en la conformación de las percepciones del público. Por ello, en el marco teórico de esta tesis destacan aquellos conceptos implicados en el proceso comunicativo.

Al tratarse de una investigación de carácter sociolingüístico, se pondrá un énfasis especial en la cultura como elemento fundamental para la identidad de una sociedad y en el lenguaje como la herramienta que ejercen los medios para influir en la opinión pública. Por tanto, en esta parte teórica es necesario subrayar los elementos que participan en la función social de la comunicación de masas.

Esta sección lleva a cabo la revisión bibliográfica y un análisis de los trabajos realizados por diferentes autores sobre la relación entre aspectos sociolingüísticos aplicados a los medios de comunicación y socioculturales en relación a los países del estudio. Su principal objetivo es presentar las bases proporcionadas por la Sociología y la Lingüística que puedan aplicarse al trabajo empírico que se realizará para hallar la repercusión diplomática del lenguaje periodístico sobre la imagen de un país.

El marco teórico va a presentar tres diferentes capítulos dedicados a los siguientes aspectos:

(a) Conceptos sociales y comunicativos:

- Concepto de cultura.
- Estereotipos culturales y sociales.
- Dimensiones culturales y sociales de Hofstede.
- Identidad social y cultural.
- Reputación e imagen exterior de España.
- Reputación e imagen exterior de Italia.

(b) Lingüísticos y periodísticos:

- Aproximación al análisis del discurso.
- Aproximación a la filosofía del lenguaje.

- El análisis del corpus.
- El lenguaje periodístico.
- Los medios digitales.
- La noticia.
- Recursos estilísticos en el discurso periodístico.
- Medios de comunicación y estereotipos.

En esta parte de la tesis se abordan también los fundamentos lingüísticos desde una perspectiva comunicativa y social. El modelo teórico adoptado se fundamenta en el análisis crítico del discurso. Otros modelos que se han tenido en consideración son las teorías pragmático-discursivas, especialmente la máxima de calidad de Grice (1975) y la teoría de la cortesía de Brown y Levinson (1987), para el estudio de las connotaciones implícitas en el discurso.

El modelo de la cortesía (*Politeness*) elaborado por Brown y Levinson (1987) y basado en el concepto de imagen que se ofrece al receptor del mensaje, hace referencia a los aspectos sociales de la comunicación. Estos autores plantean una serie de estrategias para dotar a los interlocutores de unos instrumentos o recursos para paliar las necesidades de los hablantes de preservar su imagen cuando se ve amenazada (“*face threatening acts*”).

En este trabajo de investigación se enfocará este fenómeno de la cortesía y la imagen desde un punto de vista diferente, extrapolando esta aproximación entre emisor y receptor, a un acto en el que el emisor es el diario y el receptor lo constituyen la totalidad de los lectores de un medio. Esto se evidencia, por ejemplo, en el tratamiento que realiza *Theguardian.com* del conflicto de Gibraltar, en la que se ha observado que el diario emplea la ironía o las metáforas en alguna ocasión para evitar un enfrentamiento directo, ya que incluso sus afirmaciones pueden tener repercusiones de carácter diplomático, legal o de otro tipo.

## 2.2 Contexto histórico-temporal

Este estudio parte de la relación de convergencia que existe entre la perspectiva histórica y la Sociología. Ante ello, se considera preciso reflexionar sobre la importancia del contexto histórico. Es fundamental incidir en el proceso evolutivo de la cultura y la sociedad respecto al pasado. En primer lugar, cabe destacar las palabras de Subirats acerca de la ruptura histórica, que podrían ser aplicables a cualquier otro periodo:

Entre aquella concepción de la cultura y la cultura moderna de hoy, es decir, lo que llamamos civilización, media el tránsito de una ruptura histórica. Tal ruptura puede ser considerada desde sus aspectos o condiciones económicas, así como políticas o institucionales; también puede estudiarse a partir de los factores tecnológicos y científicos que la integraron. (Subirats, 1984, p. 116).

Siguiendo esta aproximación ante el cambio de sociedad y la dominación de las nuevas tecnologías, hallamos también las reflexiones de Lipovetsky y Serroy (2010). Estos autores manifiestan el peligro que supone el reciente concepto de cultura que ha surgido con la nueva modernidad, y que ha transformado el panorama social y económico de la cultura. De igual forma, se refieren a la denominada “*cultura-mundo*”, que para estos autores es la cultura del “tecnocapitalismo planetario”, de las industrias culturales, del consumismo total, de los medios y de las redes informáticas.

Esta nueva concepción transforma el mundo actual y el del futuro. Para ellos, ha mediado una transición cultural al pasar de concebir la cultura como un elemento donde la importancia radicaba en las clases jerárquicas de la sociedad, a una cultura donde destaca la economía política y la industria comercial. En consecuencia, Lipovetsky y Serroy (2010) advierten que la cultura antropológica ahora se ha convertido en una “*cultura-mundo*” fundamentada en el sector económico. Asimismo, estos autores reflexionan sobre la caída del valor de la cultura sobre todo en las humanidades y la burocratización de la esfera intelectual. De igual forma, hacen hincapié en la creatividad y renovación para preservar la diversidad cultural. Reparar en que no se deben cerrar las fronteras porque de esta manera se asegurará el pluralismo. Consideran, asimismo, que tampoco debe haber oposición al comercio internacional, ni atentar contra la

libertad de consumir y comunicarse, sino que se deberá obrar de tal forma que los excesos del mercado no acaben con la diversidad.

Desde la perspectiva del análisis crítico del discurso, para explicar las características del mundo moderno y de la sociedad occidental, Wodak (2003b) recoge las opiniones de Billig (1991), Hall (1996) y Muntigl et al. (2000), según las cuales una posible respuesta a la globalización, las economías y las ideologías neoliberales se encuentra en los conflictos ideológicos, la desintegración social y la gran diversidad de identidades. A su vez, estos elementos están acompañados de un aumento de nacionalismo y de la xenofobia. Wodak considera que el gran desafío reside:

en explicar las contradicciones y las tensiones que se producen entre los estados- nación y las entidades supranacionales en muchos planos (en sus economías, en las ciencias, en las tecnologías, en la comunicación, etc). Los modelos causales no se adaptan a esta complejidad. Yo prefiero hablar de <<sintomatología>>, de relacionar y de explicar los vínculos entre los diversos <<síntomas>> que podemos estudiar, y de hacerlo de un modo más hermenéutico e interpretativo. (Wodak, 2003b, p. 101).

A modo comparativo de las afirmaciones anteriores, se recoge un caso aplicado al uso lingüístico de los medios. Durante los años 90, la prensa anglosajona acuñó el término peyorativo *PIGS* para referirse a los problemas de las economías portuguesa, italiana, griega y española. Estos eran los países mediterráneos económicamente más débiles de la entonces llamada Comunidad Económica Europea. PIGS es por tanto, un acrónimo despectivo del ámbito de la economía y las finanzas. El término se popularizó de nuevo a raíz de la crisis económica mundial del año 2008, utilizándose en adelante para denominar a aquellos países de la Unión Europea que no lograban amortizar sus deudas y cuyos gobiernos eran incapaces de rescatar a sus bancos. Por ello, el acrónimo original PIGS se transformó en PIIGS, al incluir también a Irlanda.

Fernández Fernández y Campos Freire (2013) señalan que este acrónimo: “alude a la suciedad o la pobreza de las economías que se esconden tras su siglas” (Fernández Fernández y Campos Freire 2013, p.24). En su investigación, estos autores analizan estos países y sobre el caso español explican:

Emula al irlandés en cuanto a la burbuja inmobiliaria y al portugués en el arte de la negación. A pesar de sus vanos intentos por construir atmósferas de tranquilidad, España es mirada con recelo desde las páginas salmón de todos los países de la Eurozona desde 2011 (Fernández Fernández y Campos Freire, 2013, p. 30).

Entre los medios de comunicación, sin embargo, por lo general se mantuvo el término original, al utilizarse una única I para referirse también o únicamente a Irlanda ; tal es el caso de *The Independent* , *The Guardian* y *The BBC*. Así en el año 2010 encontramos titulares como: “*Eurozone 'pigs' are leading us all to slaughter*”, publicado en el diario *The Telegraph* o *The euro: Year of the Pig* y *Acronym acrimony: The problem with Pigs*, ambos publicados en *The Guardian*.

Algunos analistas sostienen que la amplia difusión de esta imagen negativa de los llamados *PIGS* o *PIIGS* puede haber incidido en el referéndum del año 2016 sobre la permanencia del Reino Unido de la Unión Europea, celebrado en dicho país el 23 de junio de 2016 (Dooley, 2016). El llamado *Brexit* podría responder, entre otros factores, al deseo de los ciudadanos británicos de desligarse por completo de una asociación económica y política a la que pertenecen países miembros cuya compañía no es deseable.

El acrónimo *PIGS* suscita, de manera inmediata en el lector, una metáfora de imagen con connotaciones negativas. Al tratarse de un juego de palabras basado en un acrónimo, y no constituir una palabra en sí, su significado queda tamizado y se siguen manteniendo las leyes de la cortesía de Brown y Levinson (1987). No constituye, por tanto, un acto explícito de amenaza de la imagen pública de los países que se incluyen, a pesar de que hay una intencionalidad patente en el orden elegido para que la colocación de las letras conforme un acrónimo que coincida con la palabra “*pig*”, ya que los países podrían estar ordenados de manera alfabética.

Por todo ello, se ha considerado este suceso como un claro ejemplo de la importancia y la trascendencia del poder de los medios de comunicación en el uso del lenguaje, especialmente en lo referente a la temática de los asuntos exteriores, económicos y sociales.

Los informes realizados por El Real Instituto Elcano resultan una buena fuente para contextualizar los años objeto de estudio de la presente investigación, ya que estudian la imagen de España en la prensa internacional en los años 2013 y 2014 desde un punto de vista sociológico. Si bien se omite todo tipo de estudio lingüístico, estos análisis proporcionan datos globales de gran interés para este trabajo.



En uno de los estudios de este instituto, Ramírez Smith (2014) recoge el balance anual de la imagen de España en la prensa internacional durante el año 2013 a través de cientos de medios de comunicación de diferentes países, principalmente en torno a la temática económica. En lo que se refiere a España como país incluido en el acrónimo *PIGS*:

Las comparativas han resultado muy positivas para la imagen de España, puesto que la clave que emplea la prensa internacional es de distancia y diferenciación del resto de países que están en crisis. Lo cierto es que esta clave comparativa ha sido siempre muy común a la hora de hablar de España, sobre todo en la prensa británica y norteamericana, origen del acrónimo *PIGS*. Sin embargo, en los últimos meses de 2013 se ha podido ver cómo la asociación con el grupo *PIGS* es cada vez más distante”. [...] aquellos países con los que más se asocia España en la prensa internacional son Italia, Francia y Alemania, no Portugal, Grecia e Irlanda. Dicho de otro modo, el grado de asociación real de España con los países con mejor imagen económica es más intenso que con otros países con los que se la suele asociar por estereotipo y prejuicio (Portugal, Irlanda, Grecia, etc.). (Ramírez Smith, 2014, p.8).

En lo relativo al año 2014, este mismo autor presenta igualmente un balance de la imagen de España, si bien esta vez únicamente en la prensa anglosajona. En él, se recoge la información de los siguientes medios, entre los que se encuentra *The Guardian*:

*Agence France Presse, Reuters, All Africa, Sputnik News Service, BBC, The Associated Press, CNN, The Canadian Press, Daily Mail, The Daily Express (U.K.), dailystar.co.uk, The Daily Mirror (U.K.), Economist Intelligence Unit, The Guardian, express.co.uk, The Independent, Financial Times, The Irish Times, ForeignAffairs.co.nz, The New York Times, Indo-Asian News Service, The Sun (U.K.), Irish Independent, The Telegraph (U.K.), Market News International, The Times (U.K.), Middle East North Africa Financial, The Wall Street Journal, Network (MENAFN), Platts, Xinhua News Agency.*

El análisis de la imagen de España en la prensa internacional en 2014 realizado por el Observatorio Imagen de España (OIE) del Real Instituto Elcano señala una mejoría con de la imagen de España con respecto a los anteriores, debido principalmente a las valoraciones financieras. Así, el informe aclara (2014, p. 3): “Si bien la deuda y el paro han seguido apareciendo en las informaciones periodísticas, el tono sobre la primera es

mucho menos dramático y las menciones sobre el segundo se han reducido sustancialmente”.

En el estudio se hace referencia a que las menciones a España junto a países como Francia, Alemania e Italia se han acentuado, lo que evidencia que la imagen se distancia del estereotipo de país pobre del sur de Europa. A su vez, destacan el volumen de noticias sobre política en estos medios internacionales.

De los resultados del Observatorio Imagen de España (OIE) sobre este análisis sobresalen la proclamación del Rey Felipe VI y la crisis sanitaria del Ébola como los temas que más atrajeron durante el 2014. Es destacable que más de la mitad de las noticias que se publican sobre España se refieren a deportes. También mencionan el problema de la corrupción; sin embargo, se explica que se publican pocas noticias sobre ello.

Por tanto, de este balance de los medios anglosajones se ofrecen dos elementos importantes como conclusión. En primer lugar, este estudio insiste en que si hace unos años se incluía a España en el acrónimo *PIGS*, en el 2014 parece recuperar tamaño simbólico asociado a Francia, Italia y Alemania. En segundo lugar, las menciones conjuntas a España e Italia suelen ser positivas para ambos, alejándose de la etiqueta de “países del sur” como eufemismo para referirse a los países pobres.

No podemos concluir esta visión diacrónica sin antes proporcionar los datos obtenidos por Real Instituto Elcano sobre la imagen de España en la prensa internacional en el año 2016. En el informe, Sánchez Giménez et al. (2017) señalan que la imagen de la economía española que proyecta la prensa internacional es buena. Asimismo, destacan que de toda la prensa mundial analizada los periódicos británicos y mexicanos son los que más interés han prestado sobre nuestro país. Las razones del aumento del interés por España se explican, según estos autores, por el seguimiento informativo que han ocasionado los procesos electorales y los períodos de bloqueo parlamentario a la formación de gobierno. No obstante, señalan que las noticias sobre economía general descienden con respecto a años anteriores y la información publicada sobre ellos transmite un sentimiento positivo o neutro. Además, sobre la corrupción hallada en el análisis de las informaciones sobre España, Sánchez Giménez et al. (2017) manifiestan:

La corrupción en España tiene un peso relevante en la información internacional sobre el país. Una de cada 20 noticias sobre España dedicadas a la política hace referencia a algún caso de corrupción. La prensa analizada vincula la corrupción directamente a la clase política española y empatiza con el ciudadano y la sociedad española, que aparecen como víctimas de esa corrupción (Sánchez Giménez et al. 2017, p. 44).

Si nos referimos a los estereotipos sobre España, Cano Jiménez (2009) afirma que los estereotipos sobre nuestro país se dividen en dos realidades distintas:

una forjada desde el exterior y otra la que nosotros mismos hemos construido. Es más cuánto debe la primera de las realidades a la segunda, es decir lo que nosotros mismos hemos decidido transmitir”. Con respecto a esto, hace una reflexión sobre la imagen histórica de España en el extranjero al explicar que no se puede distinguir una única imagen [...].Varía según la época y desde luego según el país que nos observa. Nuestra postrera imagen de imperio conquistador responde al mundo anglosajón mientras que la imagen de la España más romántica correspondería a la mistificación realizada por el mundo germánico a través de los mitos de Carmen, La Alhambra y la labor literaria de los hermanos Schlegel. (Cano Jiménez, 2009, p. 58).

Rodríguez Cuadrado (2017) señala que es imprescindible crear las condiciones propicias para el estudio de la imagen de España en el exterior basadas en el diálogo entre culturas. Asimismo, expresa:

Posiblemente el principal obstáculo en nuestras relaciones con los países extranjeros se encuentre en una falta de conocimiento profundo del aspecto polifacético de la cultura española, dado que la imagen de España que circula en el exterior es solo una parte ínfima de lo que constituye nuestra extensa tradición y producción cultural (Rodríguez Cuadrado, 2017, p. 115).

Respecto a la imagen de Italia de los últimos años, existen aquellos que sugieren una clara vinculación con la política (Mammone et al., 2015 y D’Arma, 2015), lo que se manifiesta en las siguientes palabras:

The particular political style that has characterized the Italian agenda, system, and external image in recent decades [...]. We are well aware how studies have often described the nation as a specific example of Western democracy (and this would, at least partially, explain the rise of Berlusconi’s political agenda and his enduring appeal. (Mammone et al., 2015, p.1)

D’Arma (2015) subraya la relación de los medios de comunicación con la política en Italia desde 1994 hasta 2013, los años en los que ha desarrollado su investigación. Este

autor afirma: “In the last twenty years, Italy has undergone a process of growing personalization of politics” (D’Arma, 2015, p. 12).

En particular, sobre el significado en el caso italiano, este autor insiste: “Italy represents an emblematic case of both how media and politics and the changing forms of this relationship in the contemporary area”. (D’Arma, 2015, p. XI).

El panorama social en los años posteriores entra en declive propulsado por dos acontecimientos de una enorme repercusión mundial: el primero, la llegada de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos, tras movilizar el voto nacionalista y destacar por sus aparentes tintes racistas; y el segundo, el *Brexit*, que marca la salida del Reino Unido de la Unión Europea. Con estas premisas, y ante los sucesos acaecidos es necesario decir que esta investigación ha cobrado una especial relevancia debido a este segundo acontecimiento político, económico y social de repercusiones difícilmente medibles.

Los sentimientos nacionalistas, que se han ido creciendo desde el inicio de la crisis del siglo XXI, han desencadenado una fragmentación política y social de magnitudes impredecibles. El apoyo a Trump y al *Brexit* conduce a una legitimación de la disgregación social ya que la reacción inmediata de este proceso se ha visto reflejada en un trasfondo racista (Morgenfeld, 2016).

En el contexto mundial actual, la crisis económica ha propulsado un resurgimiento de los nacionalismos acompañado de un aumento paralelo de xenofobia (Krazer, 2016). Dennison y Carl (2016) explican que para muchos comentaristas: “Xenophobia, austerity, and dissatisfaction with politics may have contributed to the Brexit vote”; sin embargo, estos autores expresan que es necesario tener en cuenta que existen además otras causas profundas que se remontan a hechos acontecidos durante las últimas cuatro décadas.

Becker y Fetzer (2016) señalan la demografía, la educación y la estructura económica como factores que explican la cuota de voto hacia la salida de la Unión Europea. Por su parte, los medios españoles se han hecho eco de esta situación expresando:

La deriva xenófoba del Gobierno de Theresa May está haciendo saltar todas las señales de alarma en Reino Unido. Los hechos demuestran que Reino Unido no es una víctima de la inmigración sino que se beneficia enormemente de ella, pero por el camino del *Brexit* se está quedando atrás

algo más precioso que la pertenencia a la UE: el carácter abierto, tolerante e integrador de ese país, que siempre ha sido un modelo de convivencia multirracial y multiétnica (*El País*, Editorial, 2016).

## **2.3. Conceptos sociológicos y comunicativos utilizados**

### **2.3.1. Concepto de cultura**

Es preciso comenzar este apartado destacando la dificultad que presenta aportar una perspectiva unificada de un campo de investigación que incluye áreas de conocimiento tan diversas como la identidad de un grupo social o, de forma indirecta, el multiculturalismo o la proyección de la imagen al exterior, y que puede abordar aspectos tan amplios y diversos como el arte, la literatura, la música, la gastronomía o incluso el deporte.

Los antropólogos culturales Ember y Ember (2009) definen la cultura como comportamientos aprendidos, creencias, costumbres y actitudes que son características de una sociedad en particular o una población. Chamizo Domínguez (2002) aborda la filosofía orteguiana y habla de la relación que Ortega y Gasset estableció entre la cultura y el perspectivismo. Ortega y Gasset afirma que: “el hombre, en efecto nace en una sociedad o contorno formado por otros seres humanos y una sociedad es, por lo pronto un elemento de gestos y de palabras en medio de las cuales se halla sumergido” (en Chamizo Domínguez, 2002, p.65). Además, Chamizo Domínguez expresa:

La lengua materna le ha acuñado (al individuo) para siempre. Y como cada lengua lleva en sí una figura peculiar del mundo, le impone, junto a ciertas potencialidades afortunadas, toda una serie de radicales limitaciones [...]. El ser más íntimo de cada hombre está ya informado, modelado por una determinada sociedad. (Chamizo Domínguez, 2002, p.66)

Esta idea va acorde con la antropología lingüística que subraya la estrecha relación entre la cultura y el lenguaje. Durante los años 20 y 30 del siglo XX, Sapir y Whorf, propusieron que el lenguaje que se habla determina aspectos fundamentales del pensamiento (en Evans y Green, 2006). En otras palabras, el lenguaje influye en la construcción de la realidad. La hipótesis de Sapir y Whorf analiza el lenguaje en los tres modos principales de estudio (en Evans y Green, 2006):

- (a) El lenguaje en sí mismo a través de sus características y variaciones.
- (b) El lenguaje en relación con el conocimiento.
- (c) Las funciones del lenguaje respecto del individuo y de la sociedad.

Por lo tanto, el determinismo y relativismo lingüístico de estos autores definen el lenguaje como una condición que determina la organización perceptiva y cognitiva y por consecuencia, la concepción del mundo (en Evans y Green, 2006). Según esta teoría, los hablantes que establecen distinciones léxicas concretas pueden hablar más fácilmente de ciertas cosas y conocerlas mejor y los que utilizan características gramaticales particulares están predispuestos a un estilo cultural determinado. De esta manera, las palabras organizan las categorías cognitivas que nos sirven para conocer el mundo y compartir el conocimiento con los demás.

Para Sapir (1949) la cultura es fundamentalmente un sistema de comunicación. Arduini (1988), en su estudio de la teoría de Sapir, explicaba (1989, p. 285): “podemos decir que cuando el antropólogo habla de cultura de un grupo de seres se refiere a los *pattems of behavior* heredados por la sociedad”.

Otros autores reivindican igualmente el valor del lenguaje en la cultura. Así, como mantiene López Gómez, tomando como referencia lo que Moles considera como cultura, esta “procede de la sedimentación en la memoria de todos aquellos actos, estímulos o mensajes que hayan penetrado en un entorno dado” (En López Gómez, 2007, p.95). Por tanto, explica que “en esa medida, se denominará cultura a las modificaciones más o menos permanentes que impone el hombre a su entorno perceptivo”. Para Moles:

la cultura estriba no sólo en los hábitos motores, las costumbres, las tradiciones, los comportamientos, sino también -y especialmente- en los signos del lenguaje que por sí mismos contribuyen (determinan) a la organización de la percepción [...] la cultura es el modo en que realidad habitada se dota de identidad para cierto individuo, luego la identidad cultural será una forma, será la forma humana, de ubicarse, de hallarse, en la realidad (en López Gómez, 2007, p. 95).

Delgado Gómez-Escalonilla (2012) considera que la cultura y la lengua son dos factores estratégicos de las principales naciones del mundo. Las razones sobre las que se apoya se resumen a continuación:

Son el cimiento sobre el que reposan la identidad y la cohesión de los pueblos, aunque a menudo ello encubra los procesos de mestizaje y simbiosis que dan origen a los diversos moldes culturales. Sobre todo para algunos países, incorporan un valor añadido a su proyección internacional y aportan beneficios económicos. (Delgado Gómez-Escalonilla, 2012, p. 15).

Jáuregui (2000), sin embargo, sostiene que ni la cultura ni el patrimonio cultural se reducen a la lengua y busca los elementos comunes a la cultura europea, frente a la diversidad. Para él: “Una cultura o patrimonio cultural común es un sistema de ideas y de valores comunes que se traducen en sistemas sensoriales y en productos culturales comunes” (Jáuregui, 2000, p.14).

Este mismo autor pone de manifiesto que la cultura europea es:

una síntesis formada multiseccularmente a través de los siglos con elementos grecolatinos, judíos importados, pero adaptados a los moldes grecolatinos, a los que se han ido añadiendo en los siglos posteriores nuevas aportaciones, pero dentro de unas estructuras culturales que vertebran ordenadamente todo nuevo elemento añadido. (Jáuregui, 2000, p.17).

Con respecto a la importancia y la preservación de la cultura, en el Prólogo del Informe Mundial de la UNESCO: *Invertir en la diversidad cultural y el diálogo Intercultural* se explica:

La cultura ocupa un lugar muy especial en el mandato de la UNESCO. No sólo representa un campo específico de actividades, que abarcan la protección y la promoción del patrimonio en todas sus formas [...] estimulan la creatividad (particularmente en las industrias culturales) y facilitan el entendimiento mutuo mediante el diálogo intercultural, sino que además impregna todas las esferas de competencia de la Organización (UNESCO, 2010).

Sin embargo, dentro de una perspectiva teórica, Bueno (1997) ofrece una concepción opuesta del concepto de cultura cuando señala aspectos negativos con respecto a la visión de cultura nacional:

Al interpretar el ideal de cultura como la forma actual del opio del pueblo, nos referimos, en primer lugar, a la cultura en su sentido de <<cultura nacional>>. Según hemos intentado mostrar el ideal de una cultura nacional, que gira en torno a su supuesta identidad, es sólo un ideal metafísico que invierte la tendencia expansiva espontánea de todo grupo social, en cuanto a su cultura se refiere, a saber, a asimilar (y no sólo ya controlar) cuanto sea posible de las demás culturas, dependiendo su propia permanencia de su misma potencia. (Bueno, 1997, p. 215).

### 2.3.2. Estereotipos culturales y sociales

La acepción del término estereotipo en el ámbito sociológico fue llevada a cabo por el periodista norteamericano Walter Lippmann, en su obra *Public Opinion* (1922/2003). Lippmann fue el primero en utilizar la palabra *stereotype* para describir la tendencia a pensar que otras personas tienen características compartidas comunes, señalando que estas representaciones mentales son como plantillas que usamos para simplificar la información que percibimos. Desde entonces, este término ha seguido teniendo el significado que Lippmann le dio, y cuyas principales características son las cuatro siguientes:

- ser un concepto simple más que complejo o diferenciado;
- ser más falso que verdadero;
- haber sido adquirido de segunda mano más que por experiencia directa;
- ser resistente al cambio.

(en Malgesini y Giménez, 2000, p.147).

En esta misma obra, Lippmann (1922/2003) destacaba el papel selectivo del observador donde existe una profunda vinculación entre el mundo exterior y la mentalidad con la que se observa. Así, la elección de signos del entorno junto con el repertorio de imágenes con el que contamos ayuda a simplificar nuestras ideas. Es, por tanto, como dice Lippmann, una forma de economizar:

Carecemos de tiempo y ocasiones para conocer íntimamente a los demás, por lo que, en su lugar, nos limitamos a detectar rasgos característicos de ciertos prototipos que nos resultan de sobra conocidos y a completar el resto de la imagen echando mano de los estereotipos que comprueban nuestra mente [...]. (Lippmann 1922/2003, p.87).

La búsqueda de una definición de carácter consensuado sobre el estereotipo constituye una tarea complicada puesto que hallamos muchas posturas encontradas al respecto. Existe un debate sobre si los estereotipos son positivos o negativos para la sociedad. Amossy y Herschberg (2005) manifiestan el enorme valor que adquiere este término



como fórmula cristalizada en las ciencias sociales a partir de la segunda década del siglo XX.

Estas autoras explican:

Con el objetivo de estudiar las relaciones y las interacciones sociales, la psicología social se propone analizar la imagen que los miembros de un grupo construyen de sí mismos y de los demás [...]. Las representaciones colectivas, necesariamente superficiales, que se relacionan a cada categoría, tienen un impacto considerable sobre la identidad social. Y lo que es más aún, influyen en las relaciones que establecen los grupos y sus miembros. (Amossy y Herschberg, 2005, p. 36)

Tajfel (1984) se refiere a los estereotipos como la atribución de características psicológicas generales a grupos o entidades sociales. Este autor afirma que los estereotipos son sociales cuando se comparten; es decir, llevando a cabo un proceso de difusión efectiva. Explica que su origen reside en las tradiciones culturales relacionadas o no con experiencias comunes, que han sido demasiado generalizadas. Asimismo, manifiesta que la función que desempeñan en la conservación del sistema de valores del individuo: “Hay muchas y variadas situaciones sociales que nos permiten seleccionar, acentuar e interpretar la información acerca de diversos <<tipos>> de personas de acuerdo con nuestras diferencias de valoración” (Tajfel, 1984, p.181).

Es importante señalar que para este autor están estrechamente ligados con los estereotipos los conceptos de categorización e identidad social. Tajfel (1984) define la categorización como: “un proceso de unificación de objetos y acontecimientos sociales en grupos que resultan equivalentes con respecto a las acciones, intenciones y sistema de creencias de un individuo” (Tajfel, 1984, p. 291).

Por otro parte, la identidad social sería: “aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia” (Tajfel, 1984, p. 292).

Algunos autores como Roca (2005) consideran que los estereotipos son indispensables para la percepción de nuestro entorno y constituyen: “una herramienta que nos facilita la interacción y posibilita la convivencia” (Roca, 2005, p.1). No obstante, enfatiza el hecho de que hay que tener en cuenta que ofrecen una imagen incompleta. Por otro lado, es importante señalar que la superación de algunos estereotipos constituye una de las tareas esenciales de acciones interculturales y antirracistas.

Al respecto de los estereotipos, Bravo Bosch habla de la dificultad y de la influencia inconsciente que estos ejercen sobre un grupo social:

El conocimiento mutuo, que ahora parece tan necesario (e incluso podríamos decir que obligatorio) en esta Europa de mosaico, está sembrado de dificultades, de prejuicios y de incomprensión. Pero no se basa solamente en una gran ignorancia que puede corregirse en el estudio, la reflexión y una buena documentación; también influyen las actitudes inconscientes del espíritu, la psicología y la semántica (Bravo Bosch, 1998, p. 144).

A su vez, agrega: “también es cierto que las estructuras mentales no pueden mantenerse en absoluto independientes de unas condiciones de existencia que, por otra parte, ellas mismas contribuyeron a transformar. Por tanto, ni todos los tópicos son falsos, ni los pueblos carecen de diferencias” (Bravo Bosch, 1998, p.147).

McMahon y Quin (1997) subrayan los aspectos positivos y mantienen que un estereotipo es simplemente una forma de pensar sobre la gente que puede ser considerada como una especie de imágenes acuñadas. Para ellos, los estereotipos facilitan la comunicación gracias a la familiarización que proporcionan y crean opiniones positivas o negativas de un grupo. En conclusión, subrayan: “Crear estereotipos es una forma de categorizar grupos según su aspecto, conducta o costumbres” (McMahon y Quin, 1997, p. 139).

Tal y como pone de relieve González Alcantud (2006), el estereotipo también puede ser considerado como un elemento liberador dentro de una sociedad: “una solidificación de los tipos culturales es un fenómeno universal, que tiene una ambigüedad fundacional, pues de alguna manera, en la simplificación que hace de los otros, el estereotipo da una respuesta inmediata que permite sacarnos de las angustias que ocasiona la presencia de los demás” (González Alcantud, 2006, p. 15).

No obstante, existen aquellos que lo asocian como un mecanismo ligado a los prejuicios sociales. Del Olmo (2005) diferencia el estereotipo del prejuicio en que los primeros son: “un conjunto de ideas y se suelen atribuir a grupos de personas” (Del Olmo, 2005, p.16). Sin embargo, resalta que tanto los prejuicios como los estereotipos pueden ser negativos, positivos o neutros. Este autor manifiesta dos inconvenientes en común de ambos mecanismos sociales: la simpleza y la resistencia al cambio.

Malgesini y Giménez (2000) explican que el estereotipo fue definido por el psicólogo estadounidense Allport como: “una creencia exagerada asociada con, o acerca de, las costumbres y atributos de un determinado grupo o categoría social” cuya tarea es “justificar o racionalizar nuestra conducta en relación a dicha categoría de gente” (en Malgesini y Giménez, 2000, p.147-148).

Yubero y Morales (1996) señalan la importancia de la cultura de grupo en la configuración de los estereotipos, partiendo de que tanto el social como el cultural son sinónimos. Estos autores definen los estereotipos sociales como: “creencias compartidas por un gran número de personas sobre determinadas características personales de un grupo humano” (Yubero y Morales, 1996, p. 104). Explican, además, que estas atribuciones pueden ser desde rasgos de personalidad, hasta conductas de rol o características físicas. En consonancia con la definición, subrayan que el sentido de pertenencia cultural y la integración en determinados grupos que comparten ideas, lenguaje, costumbres y formas de comunicación se relacionan directamente con la percepción que se va forjando de otros grupos.

### **2.3.3. Dimensiones culturales de Hofstede**

Para realizar el análisis de carácter sociológico tomamos como referencia las teorías del antropólogo holandés Geert Hofstede (2001). Su principal aportación consiste en la definición de unos parámetros para establecer los valores que predominan en cada país. Este autor identifica diferentes dimensiones culturales a través de las cuales se explica el comportamiento de las personas, según la sociedad de la que provengan. Dichas dimensiones tienen una relación directa con los estereotipos culturales y sociales de los países incluidos en este estudio y explica algunos aspectos asociados a la conducta de sus individuos.

Hofstede (2001) considera que las variables económicas, demográficas y geográficas pueden influir en la constitución de estas dimensiones culturales. La razón por la cual acudimos a esta fuente reside en la necesidad de establecer unos parámetros que nos ofrezcan una visión objetiva de los países seleccionados en esta investigación desde un punto de vista social. Por tanto, estimamos que estas dimensiones proporcionarán unos

rasgos sociales característicos determinantes a la hora de conocer los valores de nuestro receptor extranjero.

Las dimensiones culturales que establece son (Hofstede, 2001):

(a) Distancia del poder: se define como el grado en que los miembros menos poderosos de un país aceptan la distribución desigual del poder. El número más bajo de la lista sería un país clasificado con una gran distancia de poder. Un número más alto presenta un país con baja distancia de poder.

(b) Individualismo frente a Colectivismo: este parámetro refleja el grado de interdependencia que una sociedad mantiene entre sus miembros. En una sociedad individualista, sus miembros se preocupan únicamente por ellos mismos y sus familiares más directos, mientras que una colectivista, sus miembros se protegen entre sí a cambio de lealtad. Teniendo en cuenta los valores del individualismo y colectivismo de cincuenta países y tres regiones, Hofstede (2001) posiciona a Gran Bretaña en el número 3 de la lista, mientras que Italia se sitúa en el número 7 y España ocupa la posición 20. El número más bajo promueve el individualismo; por su parte, el número más alto significa que el país se clasifica como colectivista.

(c) Masculinidad frente a Femenidad: si una sociedad es masculina se verá impulsada por la competencia y el éxito, lo que les lleva a intentar siempre ser el ganador y el mejor en cualquier campo; sin embargo, si es femenina, el sistema de valores estará basado en el cuidado de los demás y en la búsqueda de una mayor calidad de vida. Italia se sitúa en entre el segundo y tercer puesto de una lista de 53 países, Gran Bretaña está entre la posición novena y décima, y España entre el 37/38. El país con una posición más baja presenta mayores rasgos de masculinidad y el país con posición más alta muestra más rasgos femeninos.

(d) Control de la Incertidumbre: hace referencia al grado en que los miembros de una cultura se sienten amenazados ante situaciones futuras desconocidas. El desconocimiento de los acontecimientos futuros le produce al ser humano ansiedad, en mayor o menor grado. Sin embargo, las diferentes culturas han aprendido enfrentarse a esta ansiedad de maneras diversas. Siguiendo la clasificación de los cincuenta países y tres regiones de esta dimensión, realizada por Hofstede, España ocupa una posición entre los puestos 10/15 del ranking, Italia la 23 y Gran Bretaña entre la 47/48. Cuanta

más baja sea la posición en el ranking, menor será la tolerancia a la incertidumbre; por el contrario, una puntuación alta implica una mayor tolerancia a esta.

(e) Orientación a largo plazo: esta dimensión describe la manera en que una sociedad mantiene sus vínculos con el pasado a la vez que se enfrenta a los retos que se le presentan en el presente y que afrontará en el futuro. Las sociedades normativas tienen una puntuación baja en esta dimensión; prefieren mantener las tradiciones y las normas respetadas por el tiempo mientras contemplan el cambio social con recelo. Aquellas sociedades con una puntuación alta adoptan un enfoque más pragmático: fomentan la economía y dedican grandes esfuerzos en la educación como una forma de prepararse para el futuro.

(f) Indulgencia frente a restricción: Esta dimensión se define como el grado de control de los deseos e impulsos de los miembros de una sociedad. En ella es muy importante la consideración de la educación y de la socialización. Una cultura indulgente es aquella que permite una gratificación a sus miembros en lo relativo al ocio y al entretenimiento. Por el contrario, una sociedad restrictiva es aquella que suprime esta gratificación y se regula por unas normas sociales estrictas que darán lugar a la necesidad de un gran control de los deseos e impulsos.

Se procede a presentar las características de los países objeto de estudio (España, Italia y Reino Unido), en función de estas dimensiones socio-culturales. Los datos proporcionados a continuación han sido consultados en la página web de Hofstede.

#### **2.3.3.1. Dimensiones relativas a España**

La sociedad española presenta las siguientes características a través de las dimensiones establecidas por este autor:

La distancia de poder en España es de 57 sobre 100. Se trata de una sociedad jerárquica, es decir, los ciudadanos aceptan el orden establecido sin cuestionarlo. En una sociedad jerárquica las desigualdades son inherentes a ella. Por tanto, los subordinados españoles esperan que se les diga lo que tienen que hacer y el jefe ideal para ellos es un autócrata benevolente.

Con una puntuación de 51 sobre 100, España se configura como un país colectivista. Los españoles se relacionan con facilidad con determinadas culturas fuera de Europa, mientras que para otras culturas nos consideran agresivos y demasiado directos. El trabajo en equipo se considera el más adecuado por lo que no necesitan una fuerte motivación por parte de los directivos.

España se presenta como un país femenino con una puntuación de 42 sobre 100. Esta cifra significa que es un país con un nivel bajo de impulso de la competencia y donde la palabra clave es consenso. Los niños españoles se educan valorando la armonía sin buscar sobresalir entre los demás. En este país existe una gran preocupación por los débiles y los necesitados, lo que se traduce en un nivel alto de empatía. En el mundo laboral, las opiniones de los jefes son consensuadas. En política se espera la participación de las minorías, intentando evitar la presencia de un único partido con mayoría absoluta.

Si hay una dimensión que la define con claridad es la del control de la incertidumbre, que se refleja en una puntuación alta de 86. Esto implica que no saben enfrentarse a ella. Los españoles aceptan las reglas y existe una gran preocupación por el cambio. Las situaciones ambiguas e indefinidas les causan estrés. En consecuencia, se huye de la confrontación ya que les provoca una gran tensión. Para ejemplificar esta falta de control de la incertidumbre, Hofstede ofrece los resultados de una encuesta en la que el 75% de los jóvenes españoles muestra su preferencia por trabajar como funcionario, mientras que en los Estados Unidos esta cifra es solo de un 17%.

España en la dimensión de Orientación a largo plazo obtiene una puntuación intermedia, de 48. Esto significa que se trata de un país normativo. A los españoles les gusta vivir en el momento, sin tener una gran preocupación por el futuro. De hecho, se señala que España es el país que ha dado el sentido de "fiesta" al resto del mundo. Asimismo, la sociedad española busca resultados a corto plazo. Además, existe la necesidad de disponer de unas estructuras claras y de reglas bien definidas que prevalezcan frente a unos enfoques más pragmáticos y relajados de la vida, particularmente, a largo plazo.

En la dimensión de Indulgencia, España presenta un puntuación de 44 sobre 100, lo que significa que no se trata de una sociedad indulgente. Por tanto es es una sociedad restringida, no ponen mucho énfasis en el tiempo libre y en el control de la gratificación de sus deseos. Según esta dimensión, los españoles tendrían la percepción de que sus acciones se ven limitadas por las normas sociales y sienten como algo negativo entregarse a sí mismos.

La información anterior aparece reflejada en el siguiente gráfico:

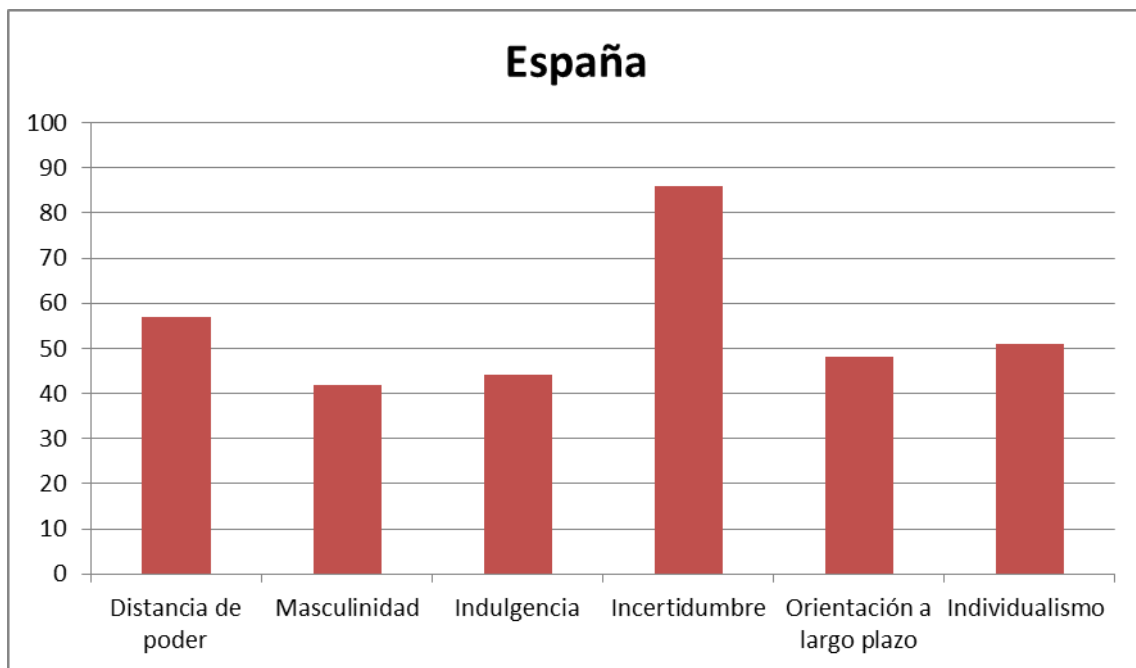


Gráfico 1. Dimensiones sociales y culturales en España según el estudio de Hofstede (2001)

### **2.3.3.2. Dimensiones relativas a Italia**

Según Hofstede, la sociedad italiana presenta las siguientes características:

La puntuación de distancia de poder es de 50 sobre 100. El norte de Italia muestra una predilección por la igualdad y una descentralización del poder y la toma de decisiones. La generación más joven rechaza el control y la supervisión formal. Existe una preferencia hacia el trabajo en equipo y la gestión abierta.

En cuanto al Individualismo, Italia presenta una puntuación de 76 sobre 100. Es un país con una cultura individualista y no colectivista, es decir, este tipo de sociedad se preocupa por cuidar de sus familiares más directos, pero no por el grupo. Los resultados se refieren sobre todo a las ciudades del Norte, donde habría un mayor sentimiento de soledad. Según el estudio de Hofstede, los italianos se preocupan por la realización personal como motivación para alcanzar sus objetivos individuales. Sin embargo, esta dimensión varía en el sur del país, donde existe un comportamiento menos individualista.

En lo que respecta a la dimensión de la Masculinidad, Italia presenta un 70 sobre 100. Esta dimensión, junto con la anterior, les dificulta la vida del día a día y la hace más estresante. En Italia a los niños se les enseña desde una edad muy temprana que ganar es lo más importante. Para los italianos es importante la adquisición de símbolos que manifiestan un alto estatus con los que poder mostrar el éxito a los demás, como viajes, coches de lujo, mansiones... Esta competición está presente también en el ámbito laboral entre los compañeros de trabajo.

Según Hofstede, Italia posee una puntuación de 75 en lo que se refiere al Control de la incertidumbre. Esto significa que los italianos no se sienten cómodos en las situaciones ambiguas. La formalidad en la sociedad italiana es importante y quieren una sociedad donde todo esté reglamentado. Sin embargo, Hofstede manifiesta que lo que sorprende en el exterior es la aparente contradicción entre todas las normas y los procedimientos existentes y el hecho de que los italianos las incumplan con frecuencia. Este autor expresa que se trata de un país burocrático donde se aprende muy pronto cuáles son las normas y regulaciones importantes y cuáles no para así poder sobrevivir a la burocracia. En términos laborales, evitar un alto grado de Incertidumbre se traduciría en una planificación detallada de las tareas.



Este autor explica que en Italia la combinación de una alta Masculinidad y un alto Control de incertidumbre hace la vida muy difícil y genera un alto grado de estrés y ansiedad. Según el estudio de Hofstede, para liberar parcialmente la tensión que se acumula durante el día, los italianos necesitan tener momentos buenos y relajantes en su vida cotidiana, lo que se puede traducir en una larga comida o frecuentes “*coffee breaks*”. La alta puntuación en esta dimensión explica también el hecho de que los italianos sean personas muy pasionales: las emociones son tan poderosas que los integrantes de esta cultura no pueden mantenerlas dentro de sí y deben expresarlas a los demás, especialmente mediante el uso del lenguaje corporal.

En la dimensión denominada Orientación a largo plazo, Italia tiene una puntuación de 61 sobre 100. Por tanto, se trata de una sociedad pragmática. Los italianos muestran una gran facilidad para adaptar sus tradiciones a situaciones nuevas. Para ellos la verdad existe en función de la situación, el contexto y el momento. Además, son dados al ahorro, a las inversiones y a la perseverancia a la hora de conseguir resultados.

Con un puntuación de 30 sobre 100, la sociedad italiana, según Hofstede, es restrictiva. Se caracteriza por el pesimismo y una tendencia al cinismo. Además, los italianos no dedican mucho tiempo al ocio y consideran la indulgencia consigo mismos como algo negativo.

En el gráfico que aparece a continuación se muestran las cifras sobre las dimensiones socioculturales relativas a Italia:

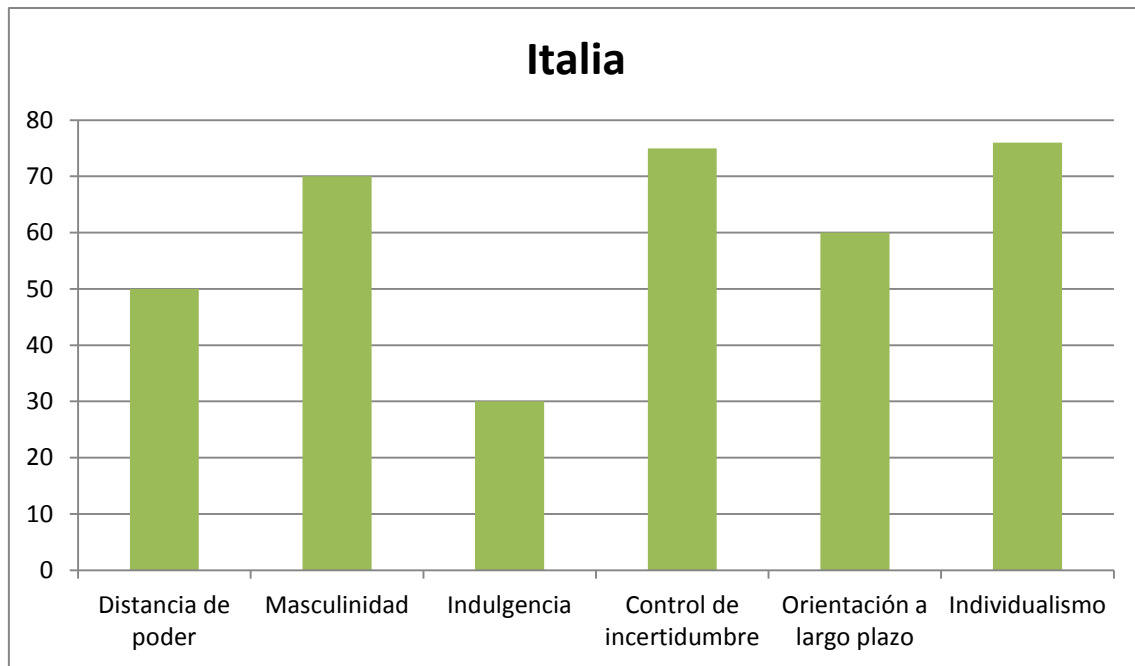


Gráfico 2. Dimensiones sociales y culturales en Italia según el estudio de Hofstede (2001)

#### 2.3.3.3. Dimensiones relativas a Reino Unido

Según Hofstede, la cultura británica presenta las siguientes características en relación con otras culturas del mundo:

Con una distancia de poder de 35 sobre 100, la sociedad del Reino Unido cree que las desigualdades entre las personas deben ser minimizadas, a pesar de que la Historia ha presentado a la sociedad inglesa como muy clasista.

El Reino Unido es uno de los países con resultados más altos respecto al individualismo (89), superado tan solo por Australia y los Estados Unidos. Los británicos son un pueblo muy individualista y con alto sentido de la privacidad. A los niños se les enseña desde una edad temprana a pensar por sí mismos y a descubrir cuál es el propósito de la vida y cómo pueden contribuir de manera individual a la sociedad. La felicidad se consigue a través de la realización personal. Según el estudio de Hofstede, un fenómeno muy polémico que se ha producido en este país recientemente es el surgimiento de lo que se ha considerado un “consumismo desenfrenado” y un fortalecimiento de la “cultura del yo”.

Con una puntuación de 66 sobre 100, el Reino Unido tiene una sociedad masculina, muy orientada y dirigida hacia el éxito. Como mantiene Hofstede, un aspecto que nos puede inducir a confusión radica en la contradicción aparente entre la cultura británica de la modestia y de la falta de autoestima, que está en desacuerdo con el sistema de valores subyacente al éxito en la cultura. Para entender a los británicos es necesario ser capaz de "leer entre líneas". Por lo tanto, lo que se dice no siempre es lo que se quiere decir. Este autor explica que en comparación con las culturas femeninas, como por ejemplo la de los países escandinavos, el Reino Unido se caracteriza por tener una clara ambición por maximizar el rendimiento.

El Reino Unido tiene una puntuación baja en el control de la incertidumbre (35 sobre 100), lo que significa que la toleran muy bien. Como nación no les preocupa despertar sin saber lo que les va a deparar el día y se enfrentan a las dificultades según se van presentando. Esto significaría que los británicos se sienten cómodos en situaciones ambiguas. Por otra parte, en la sociedad británica generalmente no hay demasiadas reglas, pero las que hay, las cumplen de manera estricta. En términos de trabajo todo ello se materializa en una planificación que no está orientada al detalle pero sí a corto plazo. Asimismo, lo más importante es que la combinación de una nación altamente individualista y curiosa da como resultado un alto nivel de creatividad y una fuerte necesidad de innovación. Esto se aprecia en la sociedad, tanto en su sentido del humor como en su consumismo.

Con una puntuación intermedia de 51 de 100 en la Orientación a largo plazo, no es posible hablar de una preferencia dominante en la cultura británica.

Una puntuación alta de 69 sobre 100 en este parámetro indica que la cultura británica es indulgente. Los ingleses presentan una puntuación alta en Indulgencia generalmente muestran una voluntad manifiesta de realizar sus impulsos y deseos con respecto al ocio y al entretenimiento. Esto se traduce en una actitud positiva y en una tendencia hacia el optimismo. Por tanto, esta sociedad le concede un mayor grado de importancia al tiempo libre; sus miembros no les dan una gran importancia al gasto económico.

Los datos anteriores relativos al Reino Unido aparecen reflejados en el siguiente gráfico:

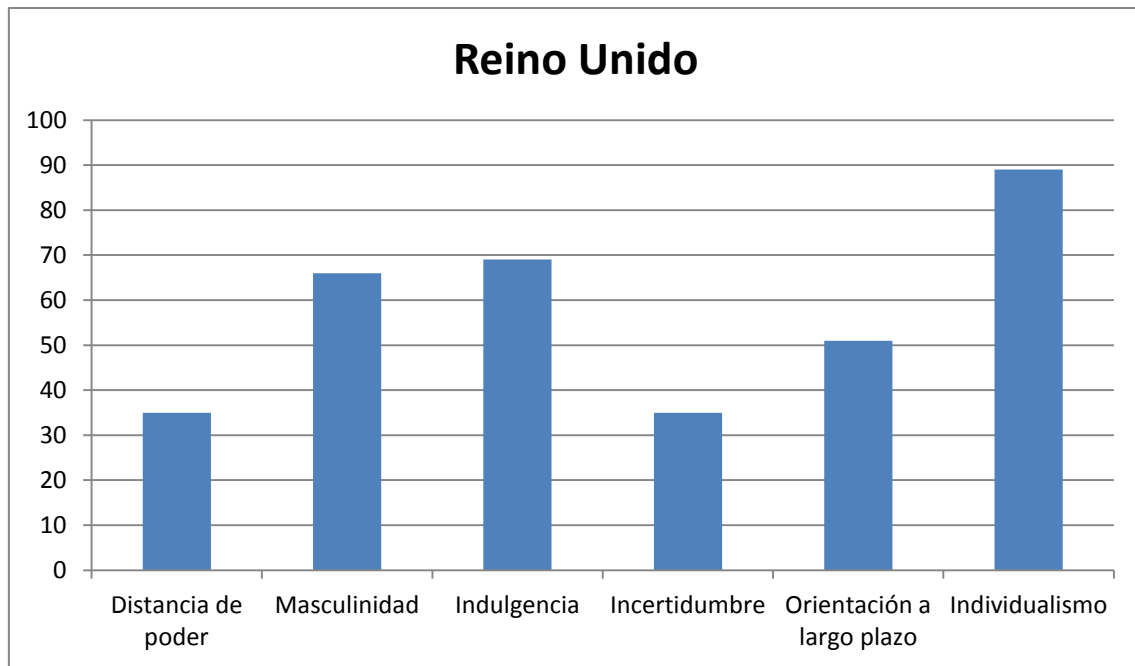


Gráfico 3. Dimensiones sociales y culturales en Reino Unido según el estudio de Hofstede (2001).

#### 2.3.4. Identidad social y cultural

La cultura desempeña un papel fundamental a la hora de forjar la identidad de un país. A este respecto, nos encontramos con tantas definiciones de identidad cultural como autores que se han ocupado de este tema.

Berger (1966) opina que cada sociedad dispone de una suma de identidades que forma parte del “conocimiento objetivo” de sus miembros y esta sociedad define y crea la realidad psicológica de los individuos.

Desde la perspectiva de Escalona Velázquez (2011), la identidad cultural es:

un sistema dinámico, transformador y de síntesis de culturas en las que el lenguaje, instituciones sociales, idiosincrasia, cultura popular, tradiciones, relaciones humanas y manifestaciones artísticas son agentes determinantes para los individuos como soporte de sus sentimiento de pertenencia (Escalona Velázquez, 2011).

Por lo que, para este autor, la identidad cultural sería el resultado de una sistematización basada en procedimientos relativos a los valores culturales, ya sean individuales o colectivos, que organizan y estructuran el contexto histórico. Para

Escalona Velázquez (2011) dicha identidad podría examinarse a través de sus productos culturales: “en su forma material enunciando obras de arte, edificaciones, objetos utilitarios, entre u otros, o espiritual a través de tradiciones orales, idiosincrasia, comportamientos, y demás que demuestran una singularidad pluralizada”.

Por su parte, Fernández Manjón (2009) se refiere a la identidad cultural desde dos sentidos, uno absolutamente subjetivo donde ésta es “un estado de conciencia en el que cada persona se identifica consigo misma y, a partir de ello y del conocimiento que tiene del grupo en que está integrada, con los conciudadanos del mismo” (Fernández Manjón, 2009, p. 22).

Por otro lado, habla del sentido objetivo de la identidad, que corresponde a la observación que los demás hacen de nosotros y estaría constituido, según este autor:

los rasgos definidos jurídicamente y otros muchos rasgos como son los de nuestras relaciones con los demás, nuestras relaciones con el entorno, nuestro sentido de responsabilidad social, nuestra capacidad de proyectar el futuro, de asumir retos, de esforzarnos, de ser miembros activos de la sociedad, etc. (Fernández Manjón, 2009, p. 22).

Con respecto a la construcción social de la identidad, para Castells (2001) se lleva a cabo en un contexto definido por las relaciones de poder. López Gómez (2007) toma como referencia a este mismo autor para examinar las tres vertientes que pudieran distinguirse en dicha construcción de la identidad:

- Identidad legitimadora: articulada por las instituciones dominantes de la sociedad con el fin de extender y racionalizar su supremacía frente al resto de los actores sociales. El autor sitúa como ejemplo de ello determinadas formas de nacionalismo.
- Identidad de resistencia: producida por actores cuya posición ha sido devaluada o estigmatizada por la lógica de la dominación, de ahí que oponga resistencia basándose en principios distintos a los que sustentan las instituciones sociales. Como ejemplo de esta vertiente se sitúan las políticas de identidad de ciertos colectivos.
- Identidad de proyecto: los actores sociales, basándose en las herramientas culturales de las que disponen, construyen una nueva identidad que les reubica en la sociedad y, de este modo, pretenden la transformación de toda la estructura social. [...]. (Castells, en López Gómez, 2007, p. 134).

Marí Mayans y Tubella Casadevall (2005) expresan que la identidad cultural en la sociedad del conocimiento se ha convertido en un asunto central debatido por los académicos en torno a la relación entre la producción y el consumo de cultura. Estos autores consideran:

la paradoja aparente entre los flujos globales homogeneizados y la heterogeneidad cultural presenta a la globalización en relación con la cultura y a la identidad con un carácter ambivalente que dificulta el análisis de los procesos socioculturales característicos de la sociedad actual. (Marí Mayans y Tubella Casadevall, 2005, p. 119).

Valcuende (1999) explica que un espacio físico geográficamente definido se vincula a la historia y a los modos de vida de colectividades. En consecuencia, se constituye como un elemento estructurante de la realidad, en la medida en que se ha configurado como espacio cultural. La adscripción territorial es, por tanto, un referente central de articulación y jerarquización social (López Gómez, 2007). Esto supone que no existirá la identidad cultural sin referencia a un espacio. A este respecto, Lévi-Strauss (1984) señala que la cultura de un grupo determina los límites geográficos que se asigna o que está obligado a sufrir, así como las formas de interrelación que mantiene con las comunidades vecinas, ya sean amistosas u hostiles. Esto dificultaría la posibilidad de que la identidad, la propia cultura, se sostenga allí donde se diluyen todos los espacios.

### **2.3.5. Política cultural exterior**

Otra de las razones por las que se justifica la elección de este tema de investigación se debe a que en la actualidad, la política cultural exterior exige cada vez más una mayor cooperación entre los distintos países, en un contexto en el que los valores individuales sean respetados y se fomente el conocimiento y la interacción entre ellos (La Unesco, 2010; Green 2012).

La importancia de la política cultural en la actualidad es cada vez mayor al constituir una fuente de riqueza para los países. Así, en la página web del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación de nuestro país informan:

España ostenta una posición privilegiada para hacer del elemento cultural uno de los ejes vertebradores de la Marca España. Segundo país del mundo

con mayor número de bienes declarados Patrimonio Mundial de la Humanidad por UNESCO, España aún a riqueza patrimonial con una cultura plural, mestiza y poderosamente innovadora que ha configurado su imagen en la sociedad internacional.

Con ello, se contribuirá a la consecución de los objetivos fundamentales de la política cultural exterior propuestos por Fisher (2008) que se exponen a continuación:

- Promover la diplomacia cultural.
- Desarrollar las relaciones culturales.
- Apoyar la exportación de los productos culturales de una nación.
- Apuntalar el desarrollo de nuevos acuerdos comerciales ventajosos.
- Atraer el turismo y la inversión.
- Intensificar los programas de ayuda en los países en desarrollo.
- Crear una imagen informada y principalmente favorable de un país hacia el resto del mundo.

Tal como manifiesta Green (2012), el marco actual de la política cultural exterior nos conduce a la necesidad de una mayor cooperación entre los países, lo que producirá un paso significativo hacia la construcción de unas relaciones culturales más duraderas y sostenibles. Estas nuevas relaciones implicarán, entre otros cambios, un paso que nos conduzca de las relaciones bilaterales a las multilaterales, de la presentación a la cooperación, de un solo sentido a dos sentidos, y de la promoción de los valores propios a la promoción de unos valores universales.

Garín (2012) explica que tradicionalmente los iconos artísticos han sustentado la diplomacia cultural de una nación: “Los grandes nombres del cine, la pintura o el teatro han sido los mejores embajadores para un país” (Garín, 2012, p.213).

No obstante, este autor pone de manifiesto ciertos dilemas que plantea esta estrategia cultural:

el uso de nombres consolidados puede transmitir una imagen estática del país, y España que desde luego sigue siendo conocida por Goya o Velázquez también debe querer mostrar su faceta más contemporánea; los artistas tradicionales es posible que no representen la realidad actual; las figuras más tradicionales puede que no conecten con las generaciones más jóvenes. (Garín, 2012, p.213).

### **2.3.6. Reputación e imagen exterior de España**

Como se mencionó en la introducción, la percepción y la imagen de España ha sido una de las tareas principales de las que se ha encargado el Real Instituto Elcano. Noya (2002) presenta diversas variables que configuran la imagen de España: “los flujos internacionales de bienes, personas y símbolos; la imagen transmitida por los medios de comunicación; las acciones y políticas de imagen; y, finalmente, la autoimagen”. (Noya, 2002, p.15).

En abril de 2013, se ofrecieron los datos de la Tercera Oleada del Barómetro Marca España (Observatorio Marca España), realizada a través del Real Instituto Elcano. En ella, se llevó a cabo un estudio de la evolución de la imagen general de España a lo largo de un período de casi 20 años. Los datos se recogieron mediante encuestas online a distintos segmentos sociales de los respectivos países participantes.

Su universo estaba constituido por una población con edades comprendidas entre los 18 y los 70 años residente en China (600 entrevistas), Alemania (422 entrevistas), Reino Unido (409 entrevistas), Rusia (600 entrevistas), EEUU (405 entrevistas) y México (600 entrevistas), con un total de 3036 entrevistados.

En este barómetro se preguntó a los entrevistados su valoración de España en cuatro aspectos: economía, política, cultura y sociedad. Al comprobar la valoración que los países proporcionan de la cultura española (7,6), se observa que existe una gran diferencia con la cifra que los propios españoles facilitan (4,9).

El Real Instituto Elcano, Reputation Institute (RI), el proyecto Mesías (ESIC) y la consultora Deloitte se interesaron en participar en un sistema que midiera la distancia entre la imagen externa de España y su realidad. En el informe trataron de hallar los elementos reales que potencian positivamente la imagen de España y que sin embargo, se desconocen en la opinión pública extranjera: “El objetivo ha sido conocer en qué aspectos la imagen exterior de España es peor que su realidad y actúa por tanto en su contra en la esfera de la reputación internacional.” (González Enríquez y Martínez Romera, 2014, p.2).



Los resultados de este análisis dividen la posición de España en tres grupos según la comparación entre la posición de España en el ranking de imagen y la que ocupa en las estadísticas internacionales:

- En primer lugar se sitúan los aspectos de la vida española en que la imagen corresponde grosso modo con la realidad: educación, bienestar social, respeto internacional: ayuda al desarrollo, entorno favorable para hacer negocios, país para visitar, aportación a la cultura y el deporte.
- En segundo lugar aspectos en que la realidad española es peor que la imagen que se tiene de ella en el exterior: estilo de vida, eficacia gubernamental y la seguridad jurídica.
- Por último, los aspectos en que la realidad española es mejor que su imagen externa: la seguridad, atracción de inversiones extranjeras, atracción de estudiantes extranjeros, exportaciones, marcas comerciales, innovación tecnológica, país para vivir y trabajar, aportación a la cultura, respeto internacional y el entorno natural. (González Enríquez y Martínez Romera, 2014, p.7).

Por su parte, Noya (2014) reflexiona sobre las dificultades en la conformación de la imagen de España señalando la diferenciación en tres planos: imagen exterior, reputación interna y percepción española de la opinión internacional.

Según este autor, predomina una situación de confusión en torno a la imagen de España, en donde, para algunos, los motivos residen en factores exógenos como los medios de comunicación extranjeros y, para otros, la causa es la pérdida de confianza de los propios españoles.

Sin embargo, no hay que olvidar que la percepción que los españoles tienen de la imagen que proyectan en el exterior constituye un factor subjetivo. A raíz de esto, este autor señala los conceptos de “ignorancia pluralista” y “falso consenso” de Glyn, Ostman y McDonald (1995). El primero se produce cuando la opinión mayoritaria se percibe como minoritaria y a la inversa por lo que existe un desconocimiento de los actores. El falso consenso lo define como: “tendencia a pensar que las opiniones propias

son las más sensatas y mayoritarias, o inversamente, que las opiniones de los demás son menos frecuentes, desviadas o no apropiadas” (Noya, 2014, p.12).

Delgado Gómez-Escalonilla (2012) afirma que ha faltado la voluntad política y los medios para desplegar las posibilidades existentes en el terreno cultural. Sin embargo, señala que en las dos últimas décadas se ha producido un ligero avance en lo relativo a la presencia exterior; sin embargo, aún queda un gran margen de mejora en lo que se refiere a la organización, la participación y la interacción de los agentes, así como en la generación de contenidos nuevos.

Lucena Giraldo (2006) realiza algunas consideraciones sobre esta cuestión: “La imagen nacional es, al igual que la propia nación, una construcción cultural, que nace de la lectura de una serie de signos dentro de contextos provistos por las narrativas que conforman una identidad colectiva” (Lucena Giraldo, 2006, p. 219).

Este autor recalca que no es posible contemplar la imagen nacional de forma aislada, puesto que su producción tiene lugar a través de dos procesos, uno interno y otro externo:

En el primer caso, la imagen nacional se fija sobre unos cánones reconocibles por una comunidad como tales y da lugar a una autoimagen. En segundo lugar, tiene que enfrentarse a las imágenes que han creado de ellas otras naciones, dando lugar así a una heteroimagen (Lucena Giraldo, 2006, p. 219).

En consonancia con la naturaleza de este estudio, se relaciona el punto de vista de García (2009), que considera que una forma de abordar las transformaciones culturales y flujos migratorios es a través de la imagen que tienen de España los que viven en ella pero no son españoles:

Consideramos que esta forma de ver España, que esta forma de mirarla o de percibirla, puede servir para conocer mejor la mirada del otro que vive con nosotros. Se trata de un conocimiento desde la diferencia, y desde un mismo espacio común de convivencia. Probablemente ello nos proporcione datos para la construcción de espacios de interculturalidad, y para que la sociedad multicultural que está configurando se torne en una sociedad intercultural que supere las barreras que la división social impone. (García, 2009, p.493).

Acorde con estas palabras, en un estudio realizado sobre la imagen de España a través de los directores de los principales institutos culturales en Madrid (Rodríguez Cuadrado, 2013, 2014) quedó patente que la percepción de la cultura española y de los españoles era positiva o muy positiva más allá de nuestras fronteras. Los directores que participaron en este estudio provenían de Alemania, Austria, Brasil, Finlandia, Francia, Italia, México y Polonia.

Es importante señalar que parte de las respuestas obtenidas de estas entrevistas han servido de referencia para contrastar las opiniones de los directores con la agenda-setting del corpus de esta tesis doctoral.

A continuación, se enuncian los institutos a los que pertenecen:

*Instituto Goethe, la Alliance Française, el Instituto Polaco de Cultura, el Instituto Iberoamericano de Finlandia, el Foro Cultural Austriaco, y el Instituto Italiano de Cultura.*

Ya fuera del ámbito europeo, se ha acudido, asimismo, en América, a México y Brasil. Mientras que Brasil cuenta como su representante cultural con la *Casa do Brasil*, México cuenta con el *Instituto Cultural Mexicano* en su embajada.

Los principales rasgos que subrayan esta percepción están basados en los vínculos históricos, la proximidad geográfica y la lengua española.

De las respuestas de los distintos directores entrevistados acerca de la percepción de España y de los españoles, se subraya (Rodríguez Cuadrado, 2013):

- “Los españoles son fiables” (respuesta proporcionada por Margareta Hauschild, del *Instituto Goethe*).
- “España pasa por tiempos difíciles” (respuesta proporcionada por Gabriel Kramarics, del *Foro Cultural Austriaco*).
- “Es un país alegre y bueno para vivir” (respuesta proporcionada por Cassío Roberto De Almeida, *Casa do Brasil*).
- “Grandes creadores de turismo y centros de ocio” y “un país sumamente creativo” (respuesta proporcionada por Auli Leskinen, *Instituto Iberoamericano de Finlandia*).

- “La percepción ha evolucionado de manera extraordinaria” (respuesta proporcionada por Elisabeth Ranedo, de *Alliance Française*).
- “España es una geografía avanzada y un país importantísimo en el ámbito de la Unión Europea” (respuesta proporcionada por Carmelo Di Gennaro, *Instituto Italiano de Cultura*).
- “Está determinada por los inmigrantes que llegaron allí a raíz de la Guerra Civil y posteriormente por aquellos de clase trabajadora y humilde que iban en busca de mejorar su situación económica además de por la crisis actual” (respuesta proporcionada por Francisco Robles, *Instituto Mexicano Cultural*).
- “Hay cariño, interés y simpatía hacia los españoles” (respuesta proporcionada por Cezary Kruk, *Instituto Polaco de Cultura*)

Ante la pregunta acerca de qué aspecto cultural nos olvidamos de promocionar que pueda resultar favorecedor para España se han recogido las siguientes percepciones:

- El campo científico español no está bien difundido y considera que el transporte público resultaría un buen ejemplo (respuesta proporcionada por Gabriel Kramarics, *Foro Cultural Austriaco*).
- El vino, ya que países como Francia, Italia y hasta Estados Unidos lo venden mucho mejor (respuesta proporcionada por Cassio Roberto de Almeida, *Casa do Brasil*).
- El aceite de oliva “tiene más nombre el de Italia que el de la propia España” (Cassio Roberto De Almeida, *Casa do Brasil*).
- La literatura. La prensa. En concreto, en el diseño (respuesta proporcionada por Auli Leskinen, *Instituto Iberoamericano de Finlandia*).
- Una federación de centros privados de acceso a la cultura; un gran número de grupos profesionales de las artes plásticas que deberían tener una mayor visibilidad; la gran riqueza que supone la producción cultural de cada región en la actualidad. Existe la necesidad de ofrecer una visión en el extranjero más global de la España regional y que cada autonomía disponga de sus propias estrategias de difusión cultural (respuesta proporcionada por Elisabeth Ranedo, *Alliance Française*).
- El toreo, el flamenco y, en general, la cultura contemporánea se conocen a nivel muy superficial en su país. Además el arte visual y el cine contemporáneo

(respuesta proporcionada por Carmelo Di Gennaro, *Instituto Italiano de Cultura*).

- La parte creativa, la arquitectura española y las infraestructuras y el sistema de financiación cultural en España (respuesta proporcionada por Cezary Kruk, *Instituto Polaco de Cultura*).

Los principales datos que se han obtenido de la pregunta: “¿Qué aspecto de la cultura española llama la atención a los ciudadanos de su país?” han sido los siguientes:

- La fijación de los españoles por ir a estudiar en la Universidad (Margareta Hauschild, *Instituto Goethe*).
- La cultura popular, los bailes, las danzas flamencas y la cultura culinaria; y “el llevarse bien, vivir el ocio con calidad, vivir bien” (Gabriel Kramarics, *Foro Cultural Austriaco*).
- La pintura (Cassio Robeto De Almeida, *Casa do Brasil*).
- La calidez de la mentalidad, el temperamento, las costumbres sociales y la gastronomía (Auli Leskinen, *Instituto Iberoamericano de Finlandia*).
- La variedad de la cultura actual y la música (Elisabeth Ranedo, *Alliance Française*).
- El flamenco y la tauromaquia (El primero en sentido positivo, el segundo negativo) (Carmelo Di Gennaro, *Instituto Italiano de Cultura*).
- La imagen de España a través de Andalucía y Barcelona (Cezary Kruk, *Instituto Polaco de Cultura*).

A continuación, se presentan las respuestas de los directores culturales a la pregunta concerniente a los estereotipos asociados a España y a los españoles.

Margareta Hauschild del *Instituto Goethe* expresa que los estereotipos están asociados a diferentes hechos históricos: la armada española, la Inquisición y el Opus. Además, la directora expresa: “españoles son fiables y trabajadores”.

Entre los estereotipos positivos o neutros destacan:

- Los españoles son “fiesteros”, les gusta la buena vida, la buena cocina y la buena música (Gabriel Kramarics, *Foro Cultural Austriaco*).

- Son gente trabajadora y tesonera (Francisco Robles, *Instituto Mexicano Cultural*).
- Muchos de los estereotipos positivos están asociados a Andalucía: las sevillanas y la iconografía de la mujer andaluza; la imagen del hombre español se vincula a la del torero. A partir de la obra literaria de Tirso de Molina, *El Burlador de Sevilla*, y *Don Juan Tenorio*, de Zorilla se ha construido el estereotipo de los españoles como “grandes amantes, donjuanes, con sus grandes ojos negros y de terciopelo”.
- También como estereotipo positivo se ha señalado la calidez y el cariño de las familias españolas; la noción de la familia y su importancia, que proviene del catolicismo, así como el trato cálido que generalmente se emplea para hablar a los niños. (Auli Leskinen, *Instituto Iberoamericano de Finlandia*).
- Finalmente, también como estereotipo positivo, se ha mencionado la imagen mediterránea (Cezary Kruk, *Instituto Polaco de Cultura*).

Finalmente, como estereotipos negativos los directores han señalado:

- Lo españoles son envidiosos (Francisco Robles, *Instituto Mexicano Cultural*).
- Los españoles son menos trabajadores que los nórdicos. Asimismo, el lado inmaterial es menos importante para los españoles que para los austriacos (Gabriel Kramarics, *Foro Cultural Austriaco*).
- Algunos de los estereotipos negativos se refieren al carácter, “la forma de hablar del español es muy imperativa, como diciendo una orden” (Cassio Roberto De Almeida, *Casa do Brasil*).
- Según uno de los directores, sería más correcto hablar de chulería castellana que de chulería española, porque los gallegos y los catalanes son muy distintos en carácter y en la compostura con respecto a los demás; es un estereotipo, más que negativo, divertido (Carmelo Di Gennaro, *Instituto Italiano de Cultura*).
- Finalmente, como estereotipo negativo, se dice que los españoles son “mañana”, a pesar del refrán popular español que dice: “no dejes para mañana lo que puedes hacer hoy” (Cezary Kruk, *Instituto Polaco de Cultura*).

### 2.3.7. Reputación e imagen exterior de Italia

En este apartado se recogen inicialmente los datos proporcionados por dos medios audiovisuales acerca de la imagen de Italia.

En primer lugar, es de gran interés para esta investigación el documental *Girlfriend in a coma* (2012), escrito por el ex-director de *The Economist*, Bill Emmott, que examina la crisis económica, política y moral de Italia a través de distintos testimonios. En el documental, Emmott (2012) expresa que cuando dirigía su mirada hacia Italia en el 2011 “entraba en shock al observar la corrupción, el poder privado, la dominación de los medios de comunicación, la apreciación del capitalismo: “Italia me parece prácticamente un desastre”.

El discurso que sigue este material audiovisual está orientado a reflejar los problemas del país desde diferentes aspectos.

Algunos ejemplos de la imagen que se presenta en el documental, que se han clasificado según la temática, son fragmentos referidos a los siguientes ámbitos:

- Cultura: “Italy has more UNESCO World Heritage sites than any other country. Yet its government spends twice as much on cars for public officials as on its cultural patrimony”.
- Mafia: “Italy is the only country which has three global criminal organizations”. “The mafia is the power to dictate the rules of the game”, señala Nicola Gratteri, fiscal antimafia. Además, añade: “There’s a strong link a lot of intermingling between the mafia and corrupt freemason. As a result the mafia can influence the public sector and infiltrate the areas of the civil services where rules are made”. Roberto Saviano, periodista bajo protección policial, señala el miedo a decir la verdad: “la protección de la verdad es un sacrificio”. Sobre las elecciones, subraya que la democracia muere con ellas porque se gana pagando.
- Sociedad: Elsa Fornero, ministra del Trabajo y Política Social de Italia habla de la imagen devastadora de la mujer en los medios de comunicación en los últimos

años y de la división tradicional entre norte y sur, entre géneros y entre generaciones en nuestra sociedad”.

- Política: “The annual cost of Italy’s Parliament is more than that the German, French, British and Spanish chambers combined”.
- Medios de comunicación: “In 2011, Berlusconi’s Mediaset channels have 60% of TV advertising and 36% of the TV audience. “Newspaper readership is among the lowest in Europe, half that of Germany and Britain”.

En segundo lugar, se ha tenido en cuenta la información contenida en el vídeo *Italy the Extraordinary Commonplace* (2015), presentado en el fórum económico de Davos y realizado en colaboración con el Ministerio para el Desarrollo Económico y el ICE (*Istituto per il Commercio Estero*). Este otro documental ofrece una Italia muy diferente, alejada de los estereotipos. En él, se señala que el principal objetivo de este material es relanzar el “*Made in Italy*”.

Entre las manifestaciones encontradas en el video, destacan las dos siguientes:

- “Italy is a world leader in the creation of major infrastructures. 1000 construction sites in 90 countries”.
- “Italy is the country with the greatest number of UNESCO world heritage sites”.

Para finalizar este capítulo dedicado a los estereotipos, Schatz (2015) analiza la percepción internacional de Italia a través de distintos medios de comunicación y señala: “Italy has enough globally accepted icons to overcome the long term negative media frame by implementing Agenda Setting standards. During the past 20 years Italy is less framed by its government, but by a stereotype-driven news focus abroad”.

Los resultados de su análisis manifiestan un claro pesimismo y la desconfianza del exterior hacia este país:

The message to the corporate community around the world remains clear: Investing in Italy is driven by risk. All signs of slow improvement fall on an unprepared ground of distrust within the community of business elite media around the world. (Schatz, 2015).



## **2.4. Aspectos lingüísticos del periodismo**

### **2.4.1. Aproximación al análisis crítico del discurso**

Las conexiones entre la naturaleza de los procesos sociales y las propiedades del lenguaje en el discurso han sido objeto de estudio de numerosas investigaciones (Van Dijk, 1990; Fairclough 1992; Hodge & Kress, 1993; Wodak y Meyer, 2003; Jäger, 2001). Haciendo un inciso, cabe destacar que otras disciplinas también asumen los medios de comunicación desde estos procesos; así, para la psicología social, los medios de comunicación se constituyen como agentes de influencia social (Arcuri, 2003).

Fairclough (1995) fue consciente de la importancia del análisis crítico del discurso en un campo tan relevante como es la Sociología:

Critical discourse analysis claims that close analysis of text should be a significant part of social scientific analysis of a whole range of social and cultural practices and processes. Many social scientists are ready to accept in principle that social life is built in and around language, but is often more difficult to persuade them on a more practical level that text analysis needs to be one of their methods (Fairclough, 1995, p.185).

Partiendo de esta consideración, este estudio posee las características propias de la disciplina “Análisis Crítico del Discurso” (ACD). En ella, el discurso está enfocado desde una perspectiva social y política, y se emplea para dar muestra de la posibilidad del uso y el abuso del poder y de la dominación social (Fairclough, 1995; Van Dijk, 1999).

El ACD, donde el lenguaje está considerado como un fenómeno social (Kress, 1989), no tiene establecida una metodología fija, sino que aboga por analizar los problemas sociales predominantes indagando sobre quién recae la responsabilidad de estos. Asimismo, diversos autores destacan la relevancia de la construcción de la identidad a través de las estrategias del discurso (Van Dijk, 1999; Wodak, 2003).

Por otro lado, el contexto social e histórico es crucial en esta disciplina puesto que contribuye al significado del texto (Wodak, 2003). En palabras de Meyer (2003):

una característica importante del ACD es la de que todos los discursos son históricos y por consiguiente solo pueden entenderse por referencia a su contexto. En concordancia con este planteamiento, el ACD utiliza, para

tales factores extralingüísticos, los nombres de cultura, sociedad e ideología (Meyer, 2003, p. 37).

Asimismo, para Van Dijk (1999a, 1999b, 2003) el contexto se configura como un nivel descriptivo fundamental.

La importancia del contexto y del conocimiento enciclopédico en el análisis del discurso se pone de manifiesto en la teoría de los marcos de Fillmore (2006). Parte de la idea de que no se puede acceder al significado de una palabra sin acceder a ambos. Las palabras activan los marcos de conocimiento, es decir unas estructuras coherentes de conceptos relacionados entre sí de tal manera que solo se adquiere un significado a través del conocimiento enciclopédico. Tal como explica Allan (2001), los marcos constituyen: “characteristic features, attributes and functions of a denotatum, and its characteristic interactions with things necessarily or typically associated with it” (2001, p. 251).

Por otra parte, Giles y Coupland (1991) igualmente señalan la importancia social del lenguaje en el contexto:

Many approaches have recognized the importance of social context even to the extent of claiming that language use is very largely prescribed and proscribed by the situation in which it is spoken, including the characteristics of the speakers involved (Giles y Coupland, 1991, p.3).

Para Fairclough y Wodak (1997), los principios esenciales del Análisis Crítico del Discurso son los siguientes:

- Trata problemas sociales.
- Las relaciones de poder son discursivas.
- El discurso constituye la sociedad y la cultura.
- El discurso hace un trabajo ideológico.
- El discurso es histórico.
- El enlace entre el texto y la sociedad es mediato.
- El análisis del discurso es interpretativo y explicativo.
- El discurso es una forma de acción social.

Van Dijk (1999) señala que, con el fin de vincular el discurso y la sociedad a través de la desigualdad social, se ve preciso establecer un marco teórico enlazado con los diferentes niveles de descripción:

- (a) miembros de un grupo;

- (b) relaciones entre acción y proceso;
- (c) contexto y estructura social y
- (d) representaciones sociometales.

(Van Dijk, 1999, p. 25).

Especial relevancia para esta investigación la presentan los dos últimos niveles. Sobre el primero de ellos señala:

los participantes actúan en situaciones sociales, y los usuarios del lenguaje se implican en el discurso dentro de una estructura de constreñimientos que ellos consideran o que hacen relevante en la situación social, esto es, en el contexto.[...] De ahí que el contexto de las noticias pueda ser no sólo el trabajo del reportero o de la sala de redacción, sino también el periódico al completo, las relaciones entre los media y la política, o entre los media y el público, o el entero papel de los media en la sociedad.(Van Dijk, 1999, p. 25).

Por otro lado, las representaciones sociometales hacen hincapié en los vínculos realizados a través de la dimensión mental: “las identidades de la gente en cuanto miembros de grupos sociales las forjan, se las atribuyen y las aprenden los otros, y son por tanto no sólo sociales, sino también mentales” (Van Dijk, 1999, p. 26).

Volviendo a Fairclough (1995), este autor sugiere que la desnaturalización muestra cómo las estructuras sociales determinan el discurso y viceversa. Asimismo, establece dos parámetros estrechamente conectados:

Stylisticity measures the extent to which the non-ideational, interpersonal meanings of secondary discourse are represented, and situationality the degree to which the context of situation of secondary discourse is represented (Fairclough, 1995, p. 60).

A su vez, Fairclough (1995) sigue las tres dimensiones del concepto de discurso que se corresponden con las tres dimensiones del método de análisis: “Discourse, and any specific instance of discursive practice, is seen as simultaneously (i) language text, spoken or written, (ii) discourse practice (text production and text interpretation ), (iii) sociocultural practice” (Fairclough, 1995, p.97).

Jäger (En Wodak y Meyer, 2003), teniendo en cuenta los aspectos cualitativos y cuantitativos, examina los siguientes elementos del discurso:

- El tipo y la forma de la argumentación.
- Determinadas estrategias de argumentación.
- La lógica intrínseca y la composición de los textos.
- Las implicaciones y las insinuaciones que, de un modo u otro, puedan haberse expresado tácitamente.
- El simbolismo colectivo, o <<figuratividad>>, el simbolismo, el uso de la metáforas, etcétera, presentes en el lenguaje y en los contextos gráficos (estadísticas, fotografías, imágenes, caricaturas, etcétera).
- Los giros, los refranes, tópicos, vocabulario y estilo utilizados.
- Los actores (personas, estructura pronominal).
- Las referencias, por ejemplo a la ciencia (o a las ciencias).
- Pormenores relacionados con las fuentes de conocimiento, etcétera.

Colleen (2010) considera que el contenido del discurso de los medios está influenciado por el contexto, la estructura y la interacción (de los profesionales y una comunidad de lectores u oyentes).

Para Vázquez Aguado (1999), el discurso que generan los medios de comunicación depende de unas determinadas condiciones socioculturales. Para este autor, la centralidad del papel de los medios de comunicación reside en la mediación en forma de imágenes y discursos:

la realidad ya no es lo que ocurre sino lo que se pone de manifiesto, y nuestro comportamiento se ve afectado por lo que creemos que es real, en este caso, clichés y estereotipos positivos o negativos [...]. Las imágenes que generan los medios de comunicación son pues una lectura determinada de la realidad (Vázquez Aguado, 1999, p. 60).

Finalmente, desde el punto de vista de la lingüística cognitiva, un concepto que afecta a esta investigación es el de la categorización, que Cuenca y Hilferty definen como:

un mecanismo de organización de la información obtenida a partir de la aprehensión de la realidad, que es, en sí misma, variada y multiforme. La categorización nos permite simplificar la infinitud de lo real a partir de dos procedimientos elementales de signo contrario o, mejor dicho, complementario: la generalización o abstracción y la discriminación (Cuenca y Hilferty, 1999, p. 32).

## 2.4.2. Aproximación a la filosofía del lenguaje

Además de las aproximaciones anteriores, la pragmática se constituye como otro soporte teórico de esta investigación. Gracias a ella, se analizan de una forma más explícita la interpretación de las actitudes y, sobre todo, la intención que conlleva el uso del lenguaje (Cole y Morgan, 1975).

Apoyada en la filosofía del lenguaje, la pragmática se centra en las investigaciones de Grice (1975) sobre las máximas conversacionales y en la Teoría de la Cortesía (*Politeness*) desarrollada por Brown y Levinson (1987).

Es preciso hacer hincapié en que la información pragmática es de naturaleza claramente subjetiva (interiorización del mundo), lo que no implica que la información pragmática de cada individuo sea radicalmente diferente de la de los demás.

Volviendo a la relación entre cultura y lengua, es preciso incidir nuevamente en que los interlocutores, de hecho, comparten grandes cantidades de información, que abarcan terrenos tan especializados unas veces como dispares otras, y que van desde la ciencia, la tecnología o las matemáticas, hasta las simples opiniones más vulgares y estereotipadas, todo ello, desde cualquiera de las múltiples formas de la lengua que reflejan el modo de ver el mundo impuestas por cada cultura determinada (Sapir 1921; Whorf, 1956).

Sin embargo, la idea de que los interlocutores comparten una parcela de información pragmática, conocida como *hipótesis del conocimiento mutuo*, no es compartida ni aceptada de manera unánime. Sperber y Wilson (1986), por ejemplo, sostienen que no es posible delimitar con precisión esa parcela y, sobre todo, saber exactamente qué se comparte y qué se sabe que se comparte. Ellos proponen sustituir esta hipótesis por la del *entorno cognoscitivo compartido*, según la cual lo que los interlocutores comparten es un conjunto de hechos cuya representación mental dan como verdadera por ser directamente perceptible o deducible.

Tras estas premisas, acudimos al planteamiento clásico de H. P. Grice (1975) sobre las máximas conversacionales. Consideramos que es el que resulta más adecuado para este estudio ya que de él se extraen las estrategias para el análisis del discurso del corpus de este trabajo.

Grice postuló las siguientes Máximas Conversacionales (1975) responsables de que la comunicación sea o no posible entre el emisor y el receptor:

Máxima de CANTIDAD	Máxima de CALIDAD	Máxima de RELEVANCIA	Máxima de MODO
<p>Make your contribution to the conversation as informative as necessary.</p> <p>Do not make your contribution to the conversation more informative than necessary.</p>	<p>Do not say what you believe to be false.</p> <p>Do not say that for which you lack adequate evidence.</p>	<p>Be relevant</p>	<p>Be perspicuous.</p> <p>Avoid obscurity of expression.</p> <p>Avoid ambiguity.</p> <p>Be brief.</p> <p>Be orderly.</p>

Tabla nº. 1 Máximas conversacionales (Grice, 1975)

Grice (1975) ofrece una solución a los problemas en la comunicación basada en el concepto de *implicatura*. Si se quiere mantener la suposición de que el emisor está siendo cooperativo, es preciso buscar la implicatura que restaura la vigencia de la máxima.

La implicatura a veces puede hacer ineficaz un acto comunicativo. Grice, emplea este concepto para explicar la diferencia entre el significado literal de una expresión y lo que se implica al decir tal expresión. Estas máximas son de especial interés para este trabajo, ya que en el lenguaje periodístico su aparente violación producirá unos determinados efectos en la audiencia. Así, el discurso de Grijelmo (2017) escoge la insinuación y la inversión de la relevancia, entre otros mecanismos, para hablar del poder de los medios de comunicación. Sobre el primero señala:

las palabras o las imágenes expresadas se detienen en un punto, pero las conclusiones que inevitablemente se extraen de ellas llegan mucho más allá [...]. La principal técnica de la insinuación en los medios informativos

parte de la yuxtaposición: es decir, una idea situada junto a otra sin que se explicita relación sintáctica o semántica entre ambas. Pero esa contigüidad obliga al lector a deducir una vinculación (Grijelmo, 2017)

Siguiendo a la inversión de la relevancia, este autor considera que los medios a menudo acuden a aspectos secundarios que logran un valor clave en la opinión pública. A lo que Grijelmo (2017) señala que va en detrimento de lo que verdaderamente tiene interés general y social.

Por otra parte, Brown y Levinson, en su la Teoría de la Cortesía (1987), desarrollan una serie de estrategias que relacionan la implicatura con esta teoría, basadas fundamentalmente en la Máxima de la Relevancia de Grice (1975). Las estrategias parten de la idea de que la violación deliberada de la relevancia constituye una forma de que el receptor del mensaje capte la intención del emisor. Sobre ellas, mantienen: “strategies covered here are amongst the very most pervasive in all the social interactions” (Brown y Levinson, 1987, p. 213).

Algunas de estas estrategias -como decíamos, violaciones aparentes de la máxima de la relevancia- que se consideran aplicables al análisis del discurso periodístico se exponen a continuación:

- Give hints.
- Give association clues.
- Use contradictions.
- Be ironic.
- Use metaphors.
- Use tautologies.
- Use rhetorical questions.
- Be ambiguous.
- Be vague.
- Over-generalize.
- Displace H.
- Be vague.

- Be incomplete.

Sobre esto último, estos autores añaden: “use ellipsis or mixture of elements during from positive-and-negative-politeness strategies in a given utterance may simply produce a king of hybrid strategy somewhere in between the two”. (Brown y Levinson, 1987, p 213).

Por otra parte, Gumperz (1982) estudia la relación el lenguaje, la identidad social y la ideología:

Where communicative conventions and symbols of social identity differ, the social reality itself becomes subject to question. On the other hand, however, both talk and social reality are part of and serve to maintain an ideology which takes on an historical life of its own. (Gumperz, 1982, p.3).

Este autor establece las siguientes dimensiones comunicativas:

- narración,
- explicación
- argumentación
- enfatización,
- instrucción y
- *directing*. (Gumperz, 1982, p.11).

### **2.4.3. El análisis de corpus**

En este apartado se expondrán diferentes recursos informáticos que ofrecen grandes posibilidades para el análisis crítico del discurso y se darán las pautas para la creación de un corpus en función de las necesidades de cada estudio.

Durante las últimas décadas ha adquirido un gran desarrollo el empleo de la informática aplicada al análisis del lenguaje, surgiendo de esta forma la disciplina de la lingüística computacional, que ha proporcionado analizadores de estilo, como por ejemplo *ANESTTE* (Duque García, 1998) y herramientas textuales como *WordSmith* (1996) o *Sketch Engine* (2003). Debido a su mayor desarrollo, esta última ha sido la herramienta informática empleada en esta investigación.



Duque García (1998) explica a continuación la aparición de la lingüística computacional a finales del siglo XX:

Los programas informáticos como herramientas de apoyo para la redacción de textos escritos en inglés, así como artículos que describen y evalúan su funcionamiento han proliferado considerablemente dentro del campo de la lingüística computacional, surgiendo de este modo una nueva disciplina, la escritura asistida por ordenador. Sin embargo, estos programas presentan bastantes limitaciones cualitativas y cuantitativas para evaluar la calidad de estilo puesto que son, o bien correctores ortográfico-gramaticales, o bien analizadores sintácticos pero no específicamente estilísticos. Así pues, su efectividad para verificar el estilo de los textos analizados es bastante cuestionable. (Duque García, 1998, p. 93).

Esta autora lleva a cabo el programa informático ANESTTE (1998), que funciona específicamente como un analizador de estilo científico-técnico. Este programa ofrecía más parámetros de análisis que los existentes hasta el momento, ya que, como señala la autora, la mayoría tenían un espectro de búsquedas muy limitado:

se han encontrado algunos programas realizados en su mayoría en Estados Unidos los cuales funcionan de una manera más o menos similar: leen un texto, corrigen errores ortográficos, analizan algunos elementos gramaticales y de legibilidad (entre 8 y 10 elementos), presentan resultados estadísticos y casi todos ofrecen algunas sugerencias para mejorar el estilo. (Duque García, 1998, p. 93).

### **WordSmith Tools**

Este software, diseñado principalmente para estudios tanto de lingüística aplicada como de lingüística teórica, está constituido por una serie de módulos o buscadores de modelos de una lengua.

Su nombre procede “word”, palabra, y “smith”, creador. Fue llevado a cabo por Mike Scott, investigador de la Universidad de Liverpool, en el año 1996. Este software contiene tres módulos esenciales:

- *Concord*: Utilizado para hallar concordancias.
- *WordList*: Proporciona listados a partir de corpus seleccionados
- *KeyWord*: Crea listas de palabras y proporciona su frecuencia.

En el cuadro que aparece a continuación se reproduce la información proporcionada en su página web:

<b>WordSmith Tools</b>	
<b>Developer(s)</b>	Mike Scott, Oxford University Press
<b>Initial release</b>	1996; 21 years ago
<b>Stable release</b>	7.0.0.100 / April 28, 2016; 14 months ago <sup>[1]</sup>
<b>Operating system</b>	Windows (Mac OS, Linux)
<b>Size</b>	53.43MB
<b>Type</b>	Concordancer, Corpus manager
<b>License</b>	Proprietary
<b>Website</b>	WordSmith Tools 6.0

Tabla nº2. Características de *WordSmith*.

## Sketch Engine

Creada por Adam Kilgarriff en el año 2003, esta herramienta informática proporciona información tanto en el nivel léxico (palabras y grupos de palabras) como en el nivel textual.

En el nivel léxico muestra combinaciones típicas o *collocations*, sinónimos, comparaciones con otras palabras, ejemplos de uso y concordancias.

En el nivel de expresiones o “phrases”, muestra las combinaciones de palabras, proporciona ejemplos en contexto y lleva a cabo búsquedas de patrones y concordancias paralelas.

En cuanto al nivel textual, es posible establecer los criterios de la búsqueda, extraer palabras clave, crear glosarios y generar lista de expresiones compuestas frecuentes introduciendo expresiones como “at the beginning of...”, “in relation to the...”.

Igualmente, identifica neologismos y palabras fuera de uso. Esta herramienta ha sido utilizada en la elaboración de importantes diccionarios de las editoriales *Cambridge University Press* y *Oxford University Press*, entre otras. En el cuadro que aparece a continuación se reproduce la información proporcionada en su página web:

<b>Original author(s)</b>	Adam Kilgarriff, Pavel Rychlý
<b>Developer(s)</b>	Lexical Computing Ltd.
<b>Initial release</b>	23 July 2003; 13 years ago
<b>Development status</b>	Active
<b>Written in</b>	C++, Python, JavaScript, jQuery
<b>Operating system</b>	Linux, Mac OS X
<b>Platform</b>	IA-32, x64 or IA-64
<b>Standard(s)</b>	Unicode
<b>Available in</b>	12 languages
<b>List of languages</b>	
<b>Type</b>	Corpus manager, Database management systems
<b>License</b>	Proprietary software; both commercial and freeware editions are available
<b>Website</b>	<a href="http://www.sketchengine.co.uk">www.sketchengine.co.uk</a>

Tabla nº 3. Características de *Sketch Engine*.

## Otros enfoques dentro de la lingüística computacional

Si bien tradicionalmente el procesamiento de la información se ha centrado principalmente en la extracción y recuperación de información factual, recientemente se han realizado estudios dirigidos hacia el análisis de opiniones desde el denominado enfoque del Análisis de Sentimiento (Liu, 2010). En esta línea, el software *Sentitext* (tecnolengua.uma.es) constituye una aplicación que mide el contenido emocional de las palabras en español.

Pese a que en la actualidad no se ha llegado aún a una fase de desarrollo completo, el Análisis de Sentimiento (*Sentiment Analysis*) se constituye como una herramienta de clasificación del lenguaje que se enmarca dentro de la lingüística computacional cuyo objetivo es identificar la información subjetiva y los estados afectivos. Empleado especialmente para el análisis de contenido en las redes sociales, consideramos que esta herramienta podría tener múltiples aplicaciones para el análisis del discurso periodístico.

## Consideraciones para la creación de un corpus textual

A la hora de fijar el corpus de este estudio, se tuvieron en cuenta las consideraciones de Parodi (2010) que entiende que, en la actualidad, un corpus para ser factible debe cumplir estas características:

- Recolección de textos en entornos naturales.
- Explicitud de los rasgos definitorios y compartidos por los textos constitutivos.
- Formato final de tipo digital plano (\*.txt) para cada texto o documento.
- Tamaño preferentemente, extenso.
- Respeto a principios ecológicos.
- Etiquetaje computacional semi-automático de naturaleza morfosintáctica u otra para cada texto.
- Disponibilidad a través de los medios computacionales.
- Acceso a visualización completa de los textos que lo componen en formato plano.
- Búsqueda de principios de proporcionalidad o representatividad (posiblemente estadística).

- Sustento o procedencia inicial especificada.
- Identificación de una organización en torno a temas, tipo de textos, registros, géneros, etc.
- Registro de datos cuantitativos que permita la comparación y posible normalización de cifras (Parodi, 2010, p. 26).

#### **2.4.4. Características del lenguaje periodístico**

Los medios de comunicación desempeñan por naturaleza una clara función informativa, en su discurso participan dos factores decisivos como son la elección del contenido y el lenguaje empleado.

El poder del lenguaje se manifiesta con esta afirmación de Convoy (2010), que encuentra muchas ventajas en considerar el lenguaje periodístico como un tipo de discurso: “Another advantage of considering newspaper language as a discourse is that it enables us to view news production and dissemination as creating new forms of power as well as new forms of access to representation” (Convoy, 2010, p. 10).

Las implicaciones sociales del lenguaje de los medios de comunicación han suscitado un enorme interés (Bell, 1996; Van Dijk, 1991; Fairclough, 1995, Colleen, 2010; Convoy, 2010.) Asimismo, Lippman (1997) manifiesta que los efectos de la comunicación de masas sobre la opinión pública han obtenido una gran atención analítica llegando a determinar los mapas cognitivos que la sociedad hace del mundo.

Hacia la vertiente social del discurso de los medios se dirige también Taylor (2009) cuando explica que los medios de comunicación desempeñan una función central en la construcción social de la realidad ya que intervienen en el proceso de formación de las opiniones de los lectores:

journalists select and create news, and readers select and consume newspapers which reflect their world view. This view of the press as both reflecting and creating social reality may also be observed, at a different level, in the social view of language itself [...] (Taylor, 2009, p.3).

Ahondando en esta idea, en esta investigación profundizamos en el papel fundamental que desempeñan en la generación de imágenes mentales en la opinión pública, lo cual es extrapolable también en relación a la percepción de un país (Rodríguez-Cuadrado, 2015). En la misma línea, Casero (2003) considera que la investigación sobre la actuación lingüística en los medios de comunicación exige reconocer la función de éstos en la realidad social como participantes en los procesos de la mediación simbólica.

Partimos de la base de que el lenguaje usado en los textos es el área más significativa en una investigación centrada en los medios de comunicación. Más que destacables son las aportaciones de Bell (1996) acerca del lenguaje de los medios de comunicación: “Media are dominating presenters of language in our society at large.”. (Bell, 1996, p.1). Este autor pone de manifiesto que las noticias están determinadas por valores y el tipo de lenguaje en el que están relatadas refleja y expresa estos valores. Esta idea de dominación está estrechamente ligada con el análisis crítico del discurso, ya recogido en las páginas anteriores.

Si retomamos la relación de dominación a través del lenguaje, cabe mencionar la cita de Fairclough: “part of the task is to contribute to the development and spread of a critical awareness of language as a factor in domination”. (Fairclough, 1995, p. 186).

Volviendo a la importancia del contexto en el discurso, Hodge y Krees (1993) manifiestan que el lenguaje no se puede considerar sin tener en cuenta el contexto social en el que tiene lugar, ya que este constituye: “a key instrument in socialization, and means where by society forms and permeates the individual’s consciousness [...] signifying social behavior” (En Convoy, 2010, p. 4).

En consonancia, hallamos las noticias como representación del mundo a través del lenguaje (Fowler, 2003). Este autor lo explica por la siguiente razón:

because language is a semiotic code, it imposes a structure of values, social and economic in origin, on whatever is represented; and so inevitably news, like every discourse, constructively patterns that of which it speaks. [...] There are different ways of saying the same thing, and they are not random, accidental alternatives. Differences in expression carry ideological distinctions and thus differences in representation. (Fowler, 2003, p. 4).

Conviene tener presente también la estrecha relación que es posible establecer entre el periodismo y la literatura (Acosta Montoro, 1973; García de León, 1998). Según Lázaro

Carreter (1997) el periodismo utiliza técnicas expresivas que habitualmente hallamos en los textos literarios. Sin embargo, advierte que el mayor riesgo de la literaturización excesiva del lenguaje periodístico reside en su poder persuasivo, dado que el uso de los recursos literarios por parte del periodista llena el texto de una gran intensidad semántica.

Hurtado (2003) señala la semejanza entre ambas en lo relativo a la naturaleza de su funcionamiento dentro de la sociedad y en la forma de conseguir los efectos que persigue. Este autor (2003) señala los aspectos positivos del uso de literatura en el periodismo: “lo cierto es que los recursos literarios se utilizan en situaciones de fuerte emotividad” (Hurtado, 2003, p. 15).

Dentro de esta misma línea, López Suárez lleva a cabo interesantes estudios sobre la literatura general y comparada con los medios de comunicación social (2007, 2013). López Suárez (2007) mantiene que a pesar de que la literatura y el periodismo son dos términos de distinta naturaleza, en su esencia ambos cumplen una finalidad comunicativa a través de unos instrumentos expresivos que transmiten un mensaje a la sociedad. Sobre esta cuestión expresa:

La literatura es un fenómeno artístico-intelectual, mientras los medios son básicamente el resultado de un proceso tecnológico. Pese a esta divergencia que parece distanciarlos sensiblemente, comparten una serie de elementos esenciales que les han permitido a través del tiempo establecer interferencias recíprocamente enriquecedoras. Ambos son de hecho productos de la actividad científico e intelectual del hombre con una proyección y una función social (López Suarez, 2007, p.13).

Por otra parte, esta misma autora (2012) explica sobre la relación entre los valores socioculturales y el significado que:

la literariedad, de hecho, no es estática, está sujeta al sistema de valores imperantes en cada etapa de nuestra cultura. En este sentido, debe tenerse en cuenta la interferencia de los medios de comunicación que unfluyen notablemente hasta determinar que la literatura es un concepto dinámico sujeto a una permanente re-semantización. (López Suarez, 2012, p.2).

### 2.4.5. Los medios digitales

La irrupción de los medios digitales ha supuesto una reformulación del mundo de la comunicación. Meso Ayerdi et al. (2015) analizan la reformulación de las prácticas periodísticas en los últimos años: “se están reinventado para responder a un escenario complejo, marcado por la actualización constante, la abundancia informativa, la mayor presencia de las audiencias en el proceso comunicativo y la innovación en formatos/soportes de consumo” (Meso Ayerdi et al., 2015, p. 164).

El panorama mediático se halla regido por la irrupción de nuevos formatos digitales fruto de la revolución tecnológica. Como resultado, las nuevas formas de conocimiento han modificado la interacción social (Caldevilla Domínguez, 2013). Floyd Moore advierte de las consecuencias de ello a largo plazo: “tanto en la manera en la que el público percibe los acontecimientos como en la industria periodística, donde se nota un importante cambio en la relación periodista/lector” (Floyd Moore, 2005, p. 59). Con respecto a los aspectos lingüísticos, observa que en el paso de la prensa escrita a la prensa on line se han producido muy pocos cambios gramaticales:

- (1) We continue to read headlines that are dominated by the historic present though presenting actions that occurred in the recent past [...].
- (2) There are still past tense headlines reflecting past time when the events reported occurred further back in time [...].
- (3) Past and present participles appear in online headlines without the auxiliary verb “to be” [...].
- (4) Determiner deletion, a custom introduced by the tabloids a century ago as a way to save space and create an impact on readers, and then adopted by the broadsheet, is still the rule in headlines [...].  
(Floyd Moore, 2005, p. 64).

Sin embargo, se ha hallado que dado que la falta de espacio ya no constituye un problema en la prensa digital, los titulares muestran una tendencia al aumento en el número de palabras.



Tras el análisis de las características lingüísticas e ideológicas de la prensa digital, Floyd Moore concluye que, si bien este paso no ha supuesto un cambio de carácter lingüístico, sí está trayendo consigo un giro de carácter ideológico que se traduce en un tono menos extremista de los mensajes. Sin embargo, es aun necesario que se realicen estudios que comprueben si esta moderación se refleja también en la opinión pública:

Whether this reflects a moderation in public opinion or not, it can be argued that the possibility of statistically proving or disproving an opinion at the click of a mouse has increased, so that there is less room for radically confronted opinions, resulting in more uniformity in the news worldwide (Floyd Moore, 2005, p. 64).

Entre los aspectos positivos del medio digital, Martínez Albertos (2001) señala la rapidez en la comunicación entre el medio de comunicación y el público. Asimismo, considera que ofrece siempre la posibilidad de enterarse en cada instante de los aspectos informativos más relevantes y de enlazar las noticias rápidamente mediante su actualización permanente. Añade que el público puede encontrar gran cantidad de posibilidades para obtener información exhaustiva de cualquier tema de interés. Por último, permite establecer una intercomunicación entre la audiencia y el medio de comunicación ofreciendo la posibilidad de debates y la participación del público en el medio de comunicación.

#### **2.4.6. La noticia**

El principal objeto de esta investigación, que establece un hilo de continuidad con los diferentes campos de este estudio, es la noticia. Así, esta interdisciplinariedad sería, por tanto, el cauce más pertinente para obtener una comprensión más completa y, sin duda, una vía imprescindible para abordar los diversos campos implicados del saber. Por ello, de manera preliminar es preciso establecer una definición que vaya acorde con las implicaciones sociales y lingüísticas que estudiamos.

La perspectiva proporcionada por White Hayes (1996) esclarece la idea principal que subyace a la noticia. Es fundamental tener en cuenta en su análisis la diversidad temática que subraya White Hayes cuando mantiene que: “press coverage embraces an

enormous range of topics and evidences a wide variety of genres of sub-genres, thereby providing multiple fields for study” (White Hayes, 1996, p.5).

También con respecto a la noticia, Bell mantiene:

In the news are carried the stories and images of our day. News is determined by values, and the kind of language in which that news is told reflects and expresses those values. Audiences feel that the way in which language is used must affect the content of what we receive which concern people about the media and their language. (Bell, 1996, p.2).

En un hecho que las noticias contribuyen a la categorización que cada uno de nosotros llevamos a cabo de lo que acontece en el mundo. Según esta consideración, Hartley (1996) expresa que cada uno de nosotros percibe e interpreta el mundo en términos parciamente derivados de la familiarización y en la manera de categorizar las noticias. En este sentido, expresa que las noticias nos llegan como un discurso preexistente de una institución social e impersonal que también constituye una industria, y nos vamos habituando a sus códigos y a sus convenciones.

Antes de adentrarnos con la implicación del lenguaje y la importancia social de los medios de comunicación, se ha visto preciso ahondar en la *agenda setting* y el *Framing*, dos teorías que comparten el interés por investigar sobre los medios a partir del tratamiento y la elección de la temática de las noticias pueden influir en la audiencia (Geer, 2004). La segunda, también denominada teoría del encuadre, tiene su origen en lo que se denomina sociología interpretativa.

La teoría de la agenda setting explica la influencia de los medios de comunicación sobre la formación de la opinión pública (McCombs, 1985, 1992, 1994, 1996). Fue formulada en los años sesenta del siglo XX. Se basa en la idea de que los medios fijan una agenda en la cual deciden qué transmitir y qué no transmitir a la opinión pública. Aquello que consideran más relevante en su agenda será lo más relevante para la opinión pública. Según McCombs (1994), se desarrolla en dos niveles:

1. Primer nivel: Los medios decidirían sobre qué pensará la audiencia.

Acorde con esta perspectiva, Cohen expresa: “The press may not be succesful all the time in telling people what to think, but it is stunningly succesful in

telling its readers what to think about”. (Cohen, 1963, p. 13). Las dos posibles repercusiones de una agenda setting que no ha sido bien planteada por los medios serán: (a) una comprensión parcial de la realidad social; (b) la desinformación, al ocultarse algunos aspectos que son verdaderamente importantes.

1. Segundo nivel: Los medios decidirían lo qué pensará la audiencia. Este segundo nivel, surgido a finales de los años setenta, contribuiría a conformar las características cognitivas y afectivas de los problemas. Los dos peligros de una agenda mal desarrollada serían:
  - (a) la creación de prejuicios en la sociedad.
  - (b) la manipulación de la sociedad.

El desarrollo de este segundo nivel afirma, en los años noventa, que la agenda setting es la que establecerá la idea central en la cual se basa el periodista para la organización de la noticia. Hablamos ahora de los atributos o elementos destacados del artículo. Surge así la teoría del *framing*, según la cual, el hecho de que un medio enfatice en la agenda determinados temas y aspectos de una noticia irá conformando los denominados “marcos interpretativos” o “esquemas de conocimiento” de sus lectores. La influencia de los medios a nivel cognitivo es, por tanto, un tema tratado por estas teorías: “Esta estrategia de los medios de comunicación puede tener efectos de tipo cognitivo, pues puede influir en los temas o asuntos que el público utiliza para generar sus propias reflexiones”. (Muñiz, 2007, p.103).

Diversos autores (Lazarsfeld y Merton, 1948; McCombs y Shaw, 1973) coinciden en que el proceso de la transmisión de la relevancia de un tema se desarrolla desde la agenda mediática hasta llegar a la pública. McCombs (2006) corrobora esta relación de causa y efecto: “Los medios informativos establecen la agenda del público. Sitúan un tema en su repertorio para centrar su foco de atención y constituir así el inicio de la formación de la opinión pública”. (McCombs, 2006, p. 25).

Nabi y Oliver (2009) han estudiado los procesos y los efectos de los medios de comunicación. Acerca de la Agenda Setting y el Framing sugieren que:

are part of the same broad tradition of research on how news can influence audiences through the choice of what stories to feature and how much prominence to give particular elements within reports. These news reports and their internal features are thought to shape the nature cognitive responses, the mechanism through which agenda- setting and framing effects occur. (Nabi y Oliver, 2009, p. 83).

Además, explican que han basado sus investigaciones sobre estas teorías en dos dimensiones importantes: “precision versus realism in frame construction, and context specific versus context- transcendent frame scope” (Nabi y Oliver, 2009, p.86).

### **Los titulares**

Para finalizar este apartado, es importante señalar la función que desempeñan los titulares de las noticias. Esta importancia justifica la primera fase de esta investigación. Acerca de ella, Hurtado señala:

se ve acrecentada por el hecho de que son las únicas secuencias leídas por una gran parte de los lectores de prensa. Pero con independencia de esta circunstancia, el titular es el primer proceso de comprensión y captación del texto periodístico, y su función es facilitar el proceso de comprensión, interpretación, puesto que ayuda a distinguir de forma inmediata las noticias de un periódico. (Hurtado, 2003, p.23).

Asimismo, nombra su función referencial, entre titular y noticia (adecuación de las referencias reales), y la función apelativa (captar el interés del lector).

Es necesario precisar que en la prensa digital el titular adquiere aún una mayor importancia que en la tradicional puesto que el lector tan solo puede acceder al contenido mediante un hipervínculo. Si el titular no capta suficientemente el interés del público no se desplegará un contenido al que el lector tradicional tiene mucho más fácil acceso.

Sobre el estilo periodístico anglosajón, que es el interesa a esta investigación, referirnos a González Rodríguez (2008) cuando afirma que los titulares en la prensa británica son más informativos en comparación con el latino. La autora considera que la finalidad principal del titular es: “resumir la información a modo de reclamo publicitario”. (González Rodríguez, 2008, p.159). Además, destaca el empleo de un vocabulario

idiosincrásico y señala a su vez que (2008, p.154): “el discurso de los titulares en prensa inglesa es claramente elíptico y comprimido.”

Finalmente, haremos una referencia al empleo en la prensa británica de las acotaciones en los titulares, que tal como define Fernández Arias (2015) constituyen un tipo de colocaciones que hacen referencia a los títulos de obras literarias, películas y series de TV, canciones o piezas de música. Esta autora añade que estos títulos se citan a veces sin cambios si bien otras veces se adaptan al contexto de la noticia. Se basan en el concepto de intertextualidad, creado por Kristeva (1980). Tsl y como Fernández Arias (2015):

The basis of intertextuality is, then, that no text, much as it might like to appear so, is original and unique in itself; rather it is a tissue of inevitable, and to an extent unwriting, references to and quotations from other texts (Fernández Arias, 2015, p. 30).

#### **2.4.7. Recursos estilísticos en el discurso periodístico**

En esta investigación no es posible omitir un elemento importante en la generación y el procesamiento de la información: las metáforas, las metonimias y otras figuras del lenguaje, ya tratadas anteriormente dentro de las teorías de la filosofía del lenguaje.

La metáfora, hasta la década de los 80, había sido considerada como un recurso estilístico empleado fundamentalmente en la literatura para enriquecer un texto. Con el cognitivismo, las metáforas se elevan al plano del pensamiento. Las metáforas deben abordarse no sólo como un mecanismo de comunicación que facilita la comprensión conceptual y la estructuración del significado, sino también como una estructura que “impregna la vida cotidiana, no solamente el lenguaje, sino también el pensamiento y la acción” (Lakoff y Johnson, 1986). Estas metáforas serían metáforas muertas o lexicalizadas.

Con respecto a su procesamiento, Steen (2008) ofrece una visión integral de la metáfora y mantiene que toda metáfora en la comunicación, tanto las vivas como las muertas, se procesan de manera metafórica:

Current research findings on metaphor in language and thought may be interpreted as producing a paradox of metaphor; that is, most metaphor is not processed metaphorically by a cross-domain mapping involving some form of comparison. (...) This resolves the paradox of metaphor because it suggests that all “metaphor in communication” (all deliberate metaphor) is processed metaphorically. Detailed comments are offered on the notion of metaphor deliberateness and on the nature of a three-dimensional model of metaphor in discourse involving metaphor in language, thought, and communication. (Steen, 2008, p. 213).

El empleo de la metáfora en la lengua oral y escrita es un tema clásico de estudio que abarca aspectos filosóficos, lingüísticos, sociológicos, políticos, etc. Dicho enfoque aporta gran información indirecta tanto al mensaje subyacente (y por tanto imaginario) como a los elementos fenoménicos que están funcionando en dicho proceso (Jiménez García, 2014). Este autor, toma la definición de Fairclough según la cual: “la metáfora es una forma de representar aspecto de la vida experiencia colectiva y de transmitir elementos ideológicos”. (Fairclough, 2003, p.100) y afirma que el estudio de las metáforas en la sociedad permite además aproximarnos al conocimiento de los imaginarios sociales que están funcionando.

Siguiendo en la línea de la sociolingüística, Blom y Gumperz (1972) y Bell (1996) subrayan un fenómeno conocido como una iniciativa del estilo metafórico: “This occurs when a person adopts a style, or even a language, which, is not just a response to the situation as something different” (Bell, 1996).

Moreno Lara (2005) recoge las tres teorías de Mio (1997), (la metáfora como comunicación política, la teoría del votante mal informado y la teoría de la cognición política), sobre la metáfora como instrumento de persuasión en la comunicación política. Sobre la tercera de ellas, Moreno Lara (2005) expresa ciertos aspectos esenciales sobre la importancia de la metáfora como instrumento de procesamiento de la información.

Esta teoría parte de la dificultad por parte del oyente de procesar toda la información recibida y, por consiguiente, la necesidad de utilizar esquemas o gráficos políticos que ayuden a las personas a seleccionar y procesar de un modo limitado todo el potencial informativo. Desde esta óptica, la metáfora es el útil óptimo, ya que transmite, de un modo conciso, un amplio contenido. Los otros aspectos fundamentales son su carácter persuasivo y que son capaces de despertar sentimientos. (Moreno Lara, 2005, p.3).

Edelman señala la función simplificadora de las metáforas: “metaphors and myths are devices for symplifying and giving meaning to complex and bewildering sets of observation that evoke concern [...]” (Edelman, 2005, p.3).

Los trabajos de Lakoff y Johnson (1989,1990) y Lakoff (1993) ponen de manifiesto el valor cognitivo de la metáfora en el estudio del lenguaje. Para la teoría cognitiva las metáforas conceptuales se basan y están motivadas por la experiencia humana. Cabe también destacar la visión de Martín de la Rosa sobre la metáfora como componente esencial del enfoque cognitivista

La metáfora ha dejado de ser, por tanto, un elemento cuyo único fin es el de embellecer el lenguaje para convertirse en un instrumento que empapa el mismo lenguaje, ya que es una de las estrategias cognitivas más recurrentes de las que se sirve el ser humano para entender y razonar sobre el mundo que le rodea. Este entendimiento y razonamiento, no obstante, es siempre relativo al marco conceptual en el que el individuo se sitúe (Martín de la Rosa, 2004, p. 33).

La teoría cognitiva distingue entre metáfora conceptual y expresiones metafóricas. Las primeras son esquemas abstractos que operan en el pensamiento y generan expresiones metafóricas, que operan en el lenguaje.

Las metáforas conceptuales son elementos fundamentales en la ordenación del mundo, pues actúan como “plantillas cognitivas que proporcionan campos semánticos enteros de expresiones metafóricas” (Cuenca y Hilferty, 1999, p. 104).

Así por ejemplo, en el área de la economía, White Hayes (1996) explica la cobertura en la prensa británica la crisis económica del 1992, que se conceptualiza mediante metáforas como THE CURRENCY CRISIS IS A WAR. Esta metáfora conceptual se expresaría mediante las expresiones metafóricas como *battle*, *enemy*, o *attack*, y las medidas económicas adoptadas serían *moves*, *manouvres* o *weapons*.

Una diferenciación importante para este trabajo es la que existe entre metáfora novedosa y metáfora lexicalizada. La primera es creativa y resultado de la imaginación de su autor y la segunda se halla dentro del vocabulario de una lengua.

White Hayes (1997) examina el uso de la metáfora en la prensa británica, en concreto en un estudio donde analiza *The Financial Times* (especialista), *The Times* (calidad) y *The Sun* (tabloide) y afirma:

La cobertura periodística de la crisis recurre sistemáticamente al uso de la metáfora. Se relaciona este uso con los principios establecidos de la lingüística cognitiva y se llega a la conclusión de que el uso de la metáfora provee el discurso objeto de estudio con una cohesión y una coherencia que potencia su vertiente comunicativa. (White, 1997, pp. 233).

Para White Hayes y Herrera (2003) el uso reiterado de la metáfora contribuye significativamente a cómo factores como: la naturaleza del ciclo económico expansivo, las creencias y expectativas de los lectores y la nacionalidad de estos impregnan el discurso:

The press coverage is conditioned by numerous contextual factors. Amongst these, important roles are played by a general tendency towards globalization, the nature of the expansive economic cycle of the moment, the beliefs and expectations of the reading public of economic news and the nationality of that public. The sustained use of metaphors significantly contributes to how these factors impinge on the discourse and likewise participates in giving that discourse its overall coherence and communicative edge (White y Herrera, 2003, pp. 278).

Por otro lado, Ruiz Gurillo (2000) analiza la metáfora en los medios de comunicación, en este caso, españoles:

La metáfora, la metonimia o las imágenes esquemáticas permiten dar coherencia a la estructura proposicional que desarrolla el modelo cognitivo. Aseguran una conceptualización más sencilla y comprensible. Estos modelos se esparcen por las lenguas de maneras muy diferentes (Ruiz Gurillo, 2000, P. 201).

Continuando con los recursos del lenguaje, es preciso mencionar la metonimia, usada frecuentemente en el lenguaje de los medios al igual que la metáfora. Esta figura opera dentro de los confines de un único dominio, y es un mecanismo principalmente referencial con el que remitimos a una estructura implícita por medio de otra de mayor prominencia (Cuenca y Hilferty, 1999). La metáfora, por el contrario, se basa en un proceso de analogía por el que concebimos un concepto de un dominio en términos de otro dominio diferente. No es, por tanto, un mecanismo referencial, sino un



procedimiento que facilita la comprensión de conceptos que de otra manera serían difíciles de concebir.

Cuenca y Hilferty (1999, p.112) distinguen los siguientes tipos de metonimia:

- LA PARTE POR EL TODO
- EL TODO POR LA PARTE
- EL CONTENIDO POR EL CONTINENTE
- LA PERSONA POR SU NOMBRE
- EL LUGAR FÍSICO POR LA INSTITUCIÓN SITUADA EN ESE LUGAR
- LUGAR POR EL ACONTECIMIENTO
- LAS INSTITUCIONES POR LAS PERSONAS RESPONSABLES
- EL PRODUCTOR POR EL PRODUCTO
- EL CONTROLADOR POR LOS SUBORDINADOS

LAS INSTITUCIONES POR LAS PERSONAS RESPONSABLES y LA PARTE POR EL TODO, como veremos en el análisis posterior, son de uso frecuente y sistemático en las noticias políticas y económicas.

Antes de finalizar este apartado, se mencionará otro recurso muy frecuentemente empleado en los titulares, las acotaciones. Como explica Fernández Arias (2015) en su análisis de los titulares de prensa inglesa, su fin último en las noticias de economía y política es la de captar la atención del lector por medio de alusiones a expresiones que le son familiares. Sin embargo, esta autora añade que a veces añaden también matices de significado como crítica o ridículo, que se intenta evitar expresar de una forma directa. También menciona el hecho de que la economía lingüística que acompaña a los titulares implica una ambigüedad semántica que anima al lector a continuar leyendo la noticia.

Según su nivel de transparencia, es decir su capacidad para remitirnos al texto al que hacen referencia, según Fernández Arias (2015), las acotaciones se pueden clasificar en la siguiente escala de complejidad:

1. Título totalmente transparentes, en el que identifica el referente con claridad.
2. Títulos parcialmente transparentes, donde el referente se identificará a lo largo del proceso de lectura.

3. Títulos con un referente simbólico, que contienen catáforas relacionadas metafóricamente a los co-referentes en el texto.
4. Títulos opacos, en los que la relación con el texto se produce solo mediante asociaciones vagas.

En cuanto a la aparición de las expresiones idiomática o argot presentes en el lenguaje periodístico, Herranz Díaz mantiene que (2014, p. 224): “muchas veces constituyen un recurso espontáneo para ilustrar anécdotas propias del género narrativo”, especialmente en las entrevistas en los medios.

#### **2.4.8. Medios de comunicación y estereotipos**

Como se ha señalado anteriormente, los estereotipos se constituyen como un campo que concierne principalmente a la Sociología. Sin embargo, en el ámbito de la comunicación, la información ofrecida en los medios implica en el público una serie de representaciones mentales que se simplifican en los citados estereotipos.

Distintos autores se han interesado por la influencia que suscitan los medios en la generación y difusión de actitudes positivas o negativas hacia otras culturas (Van Dijk, 1992).

Por su parte, Jandt (2010) habla de los diferentes problemas que pueden aparecer en los encuentros culturales. Así, desarrolla seis barreras en la comunicación intercultural: “la ansiedad, la suposición de que existen similitudes en vez de diferencias, el etnocentrismo, los estereotipos, los prejuicios, las interpretaciones no verbales y el lenguaje” (Jandt, 2010, p. 81).

El proceso de selección de ciertos aspectos de la información por parte de los medios de comunicación está condicionada por el hecho de que entre la información positiva y negativa, el público habitualmente retiene lo negativo antes que lo positivo (Bai y McCombs, 2007).

El lenguaje desempeña un papel importante en la configuración de los estereotipos según profundizan algunas teorías como la corriente seguida por Nelson (2002) que

defiende que “los estereotipos se aprenden y se mantienen a través del lenguaje porque el lenguaje es un medio consensuado colectivamente, capaz de recoger las creencias sobre los demás. El lenguaje sirve para nombrar y categorizar la realidad, y además, es un medio compartido por todos los individuos de una misma cultura. Es por esta razón que los estudios culturales suelen centrarse en el lenguaje entendido como “representación de un grupo social” (en Genís Pedra, 2009).

La importancia en la interacción entre el estereotipo social y el lingüístico se produce al constituir este: “un enlace funcional y cognitivo para la categorización, la identificación y la caracterización del hablante” (Kristiansen, 2003, p. 236). Asimismo, una categoría social es: “una construcción culturalmente determinada que estructura y delimita las relaciones sociales entre los seres humanos” (Kristiansen, 2003, p. 230).

Como hemos visto, los estudios demuestran que la principal particularidad que presenta un estereotipo es la manera simplificada de categorizar socialmente. No obstante, Kristiansen (2003) señala que el verdadero poder del estereotipo lingüístico reside no solo en crear y señalar una categorización social sino que, además, nos traslada directamente mediante una metonimia fuente al estereotipo social asociado a la categorización.

Rodrigo Alsina (1999) señala que los discursos en los medios de comunicación proporcionan modelos de identidad a diferentes niveles, personales, profesionales, culturales, etc. Estos modelos ayudan a los espectadores a formar o a renegociar su identidad. Hamelink (1989) pone de manifiesto que en la comunicación intercultural, los medios de comunicación se configuran como uno de los “principales constructores de los estereotipos culturales y de la identidad cultural”. (Citado en Rodrigo Alsina, 1999).

Es también de interés la teoría del poder simbólico de Bordieu (1977), según la cual los sistemas simbólicos de comunicación son instrumentos de dominación que posibilitan el consenso a la vez que favorecen el orden social:

El poder simbólico se ejerce mediante aquellas estructuras narrativas, formas de representación y estereotipos sociales que refuerzan la ideología de un determinado medios y grupo dominante. Con esto se establece una representación del mundo que condiciona el sistema sociocultural en todas sus formas expresivas: hábitos sociales y culturales, modelos de comunicación y educación, comportamientos individuales y colectivos,

organización social y política, sistemas económicos, etc. (Aparici y Barbas Coslado, 2010, p.53).

Por otra parte, Turow analiza el poder de los medios como creadores de cultura y el uso que hacen de los estereotipos:

some social observers have been critical on the way mass media have used their power as reflectors and creators of culture. One criticism is that mass media present unfortunate prejudices about the world by systematically using stereotypes –predictable depictions that reflected (and sometimes create) cultural prejudices –and political ideologies-beliefs about who should hold the greatest power within a culture, and why. Another is that mass media detract from the quality of American cultural. A third criticism, related to the first two, is that the mass media's cultural presentations encourage political and economic manipulations of their audiences (Turow, 2009, p. 28).

A ello añade:

Nevertheless, the observations about stereotypes, cultural quality and political ideology should make us think about the power of mass media over our lives. [...]. Most people do accept what the mass media tell them in news-and even in entertainment-about what and who counts in the world and why. Nevertheless the media images serve as starting points for their concerns about, and arguments over reality (Turow, 2009, p. 28).

Para acabar este apartado, es preciso mencionar la consideración de Israel Garzón (2000), según la cual el estereotipo en los medios de comunicación estaría incluido en lo que denomina este autor denomina ruidos interculturales. Con ello se refiere a este concepto como aquellas distorsiones que produce la representación informativa. Tomando a Harwood, denuncia que: “Los medios masivos de difusión todavía siguen plagados de estereotipos, etiquetas, clichés y códigos que confunden [...]”. (En Israel Garzón, 2000).



### **CAPÍTULO 3. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS NOTICIAS SOBRE ESPAÑA E ITALIA PUBLICADAS EN *Theguardian.com***



## 3.1. Metodología

### 3.1.1. Introducción

El objetivo de este estudio es mostrar los significados que se asocian con lo español y lo italiano, así como evaluar la imagen y los respectivos estereotipos de estos dos países en las noticias publicadas en *theguardian.com*. Para ello se ha realizado un corpus textual. Este análisis crítico del discurso identifica las asociaciones sociolingüísticas y las connotaciones positivas y negativas en torno a la imagen de España e Italia.

El estudio consta de dos análisis distintos y complementarios del texto informativo, uno de carácter cualitativo y otro cuantitativo.

En primer lugar, para la búsqueda del material y la confección del corpus se utilizó la base de datos *Westlaw Internacional*, facilitada por la Biblioteca de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Se establecieron diversos parámetros para la selección de noticias, y se recopilaban exclusivamente aquellas que contenían en sus titulares las palabras “*Spain y Spanish*”/ “*Italy e Italian*”.

Para esta tesis se excluyeron todas las fotografías e imágenes que aparecen ilustrando los textos, si bien estas se considerarán como objeto de un estudio posterior, al necesitar una metodología diferente.

El interés temático se ha centrado en todas las secciones de este medio digital (*United Kingdom, world, opinión, culture, business, lifestyle, fashion, environment, technology y travel*), a excepción de la temática deportiva, de la que este diario ofrece dos secciones, *sport y football*.

La elección de Italia y España se debe a que ambos países muestran puntos de coincidencia por las relaciones culturales mantenidas entre sí y con el reino Unido a lo largo de la historia de la cultura occidental. Igualmente, existen puntos de convergencia en cuanto a costumbres y tradiciones.

Los elementos en común entre estos dos países están presentes, además, en el proceso de construcción de los estereotipos que simplifican la realidad cultural, y que pueden ser positivos, negativos o neutros. Ambos se hallan determinados por una imagen



estereotipada en el extranjero. Por otra parte, tal como se presenta en la primera parte de esta tesis, la crisis económica, social y de valores que sufre el mundo occidental a partir del comienzo del siglo XXI ha afectado a estos dos países.

### 3.1.2. Método de trabajo

El método de trabajo ha consistido en el análisis del género periodístico en los niveles discursivo (textual), léxico-semántico y morfosintáctico (el uso y frecuencia del empleo de adjetivos, verbos y sustantivos), teniendo especialmente en consideración la implicatura y los aspectos connotativos y denotativos de las noticias.

En el gráfico que aparece a continuación, se presentan las distintas fases de las que se compone este análisis:

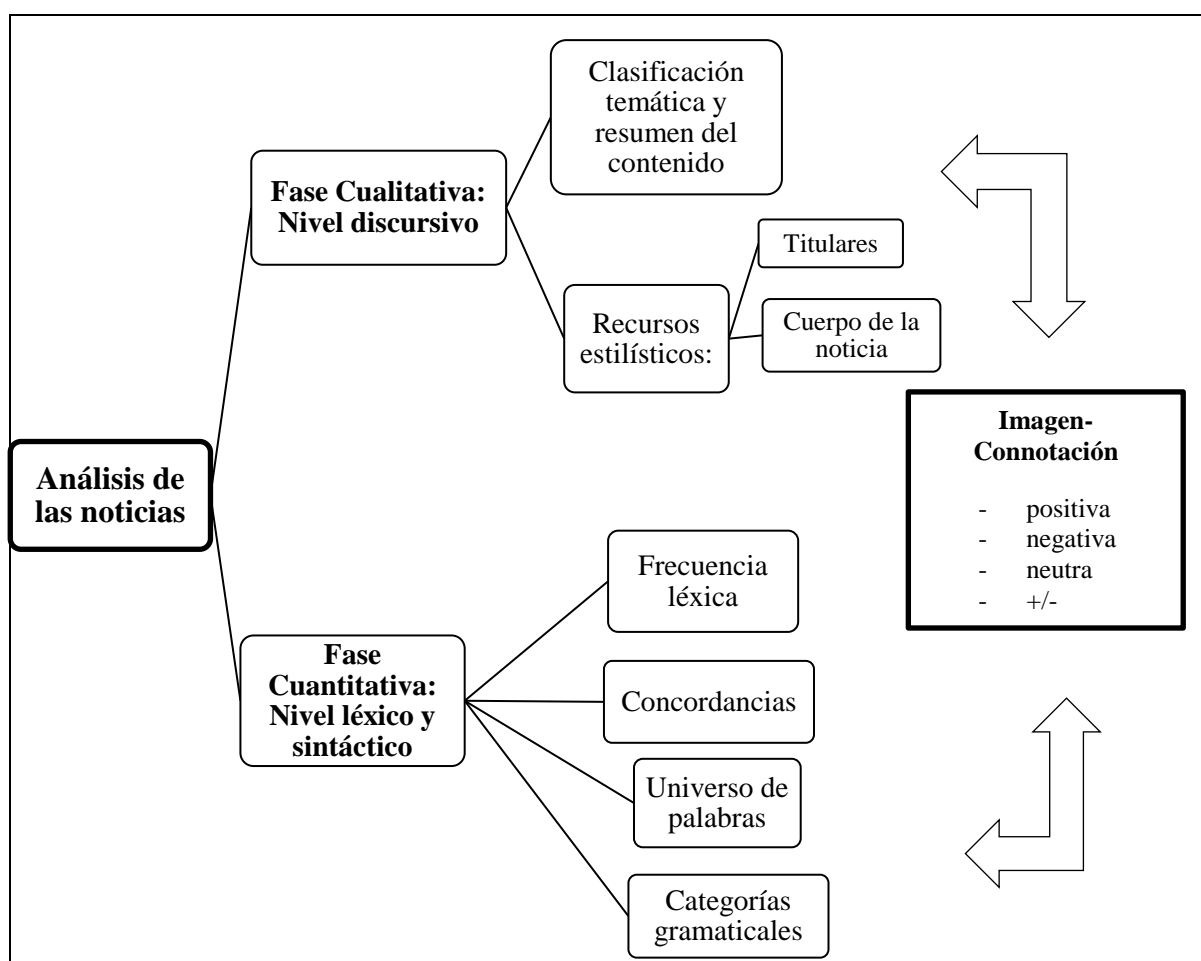


Gráfico nº4. Fases en el análisis de las noticias.

La metodología de la primera fase de la investigación, de carácter cualitativo, consistió en la lectura pormenorizada de las noticias para su clasificación temática, el análisis de los titulares y el resumen de su contenido.

La elección temática de lo publicado se vincula directamente con lo que el diario ha considerado de interés para sus lectores (*agenda setting*). En el análisis crítico se valorará si se ha llevado a cabo un buen manejo de esta temática o si, por el contrario, se ha podido realizar una mala gestión de los contenidos por el exceso de información, la desinformación o la elección de unas noticias sin aparente relevancia para sus lectores.

El análisis de los titulares y el resumen del contenido de las noticias se empleó para el la valoración de las connotaciones, que se categorizaron como positivas, negativas, neutras o mixtas, en función de la imagen que proporcionaban de España e Italia. La categorización como mixta implica que el autor de la noticia emplea un recurso que atenúa o debilita las connotaciones negativas, ofreciendo también algunos aspectos positivos para compensarlo. Así, la imagen del país no se ve amenazada de una manera directa (Teoría de la Cortesía).

A lo largo de esta lectura, además, se señalaron los casos de estilo familiar o argot, el uso de preguntas retóricas y del empleo de recursos estilísticos, como la metáfora o la metonimia, que pudieran influir en la opinión de los lectores sobre la imagen de los países analizados.

El análisis cualitativo proporcionó, además un listado de palabras con claras connotaciones positivas o negativas que, por su reiteración en las noticias pudieran contribuir a establecer o fomentar los estereotipos ya existentes sobre España e Italia. De esta forma, se seleccionaron para ser cuantificadas posteriormente, entre otras, las siguientes palabras positivas: *good, wealth, new, positive*, frente a palabras con significado negativo como por ejemplo *corruption, fraud, dispute o poverty*.

Este análisis cualitativo se justifica por la necesidad de un estudio pormenorizado que proporcionara unos datos que se habrían omitido en un análisis llevado a cabo de una forma automática. Ejemplo de ello podría ser la ironía, la metáfora, la metonimia o los casos de prosodia semántica.

Una vez concluida esta primera fase, el objetivo fue establecer un sistema de recuento del léxico empleado en los titulares y el cuerpo de las noticias y así analizar las

asociaciones vinculadas a España y a Italia. Por ello, se procedió a un segundo estudio de carácter cuantitativo para el cual se ha empleado la herramienta *Sketch Engine*.

El método de trabajo de la segunda parte ha consistido en el análisis informático del género periodístico en los niveles léxico-semántico y morfosintáctico (el uso y frecuencia del empleo de adjetivos, verbos y sustantivos), teniendo especialmente en consideración, al igual que en el análisis anterior, la implicatura y los aspectos connotativos y denotativos de las palabras seleccionadas, teniendo siempre en cuenta la ideología tanto del emisor como el receptor de las noticias.

En este análisis han sido de interés especialmente relevante las listas de frecuencia léxicas, las concordancias y los universos de palabras, para así establecer el poder disuasivo y de influencia de este medio digital sobre los lectores de todo el mundo.

Las listas del léxico que aparece con más frecuencia en las noticias, es decir la repetición léxica, y las listas de las palabras que aparecen asociadas a *Spain/Spanish* e *Italy/Italian* proporcionaron datos significativos para poder interpretar el efecto que producen en los lectores. El método de la repetición léxica se emplea, entre otros usos, en la publicidad y en las técnicas de estudio e implica unos procesos mentales de fijación del conocimiento y de almacenamiento de la información en los lectores.

Por último, la categoría gramatical se ha considerado también de interés para este trabajo ya que condiciona o determina a los lemas objeto de estudio (en este caso, España e Italia). Esta es la razón que justifica la utilidad de *Word Sketch* puesto que se han podido explorar los patrones sintácticos sobre las palabras *Spain/Spanish* e *Italy/Italian*.

Así, una vez hallados los resultados relativos a la frecuencia, las concordancias y los aspectos morfo-gramaticales de las palabras, se han analizado las posibles connotaciones positivas negativas o neutras para los receptores de las noticias.

### 3.1.3. Justificación de la muestra

El hecho de haber escogido de *The Guardian* en medio digital para la creación del corpus textual se debe a que este diario ha conseguido con el tiempo consolidarse como un referente de calidad y prestigio, no sólo en Europa sino en todo el mundo. Asimismo, es uno de los diarios que más tráfico digital atrae del mundo.

*The Guardian* es un periódico británico nacido en Manchester en 1821.

Tiene una ideología moderada de centro- izquierda y pretende proyectarse como un gran diario liberal de difusión internacional. Es muy relevante señalar este hecho, ya que su ideología así como el perfil ideológico de sus lectores fue de gran importancia a la hora de determinar las posibles connotaciones positivas o negativas de la imagen de España o Italia.

El medio digital, de tirada nacional, está producido por la compañía Guardian Media Group.

Las últimas estimaciones de audiencia de *theguardian.com*, realizadas por *Audit Bureau of Circulation* (ABC), muestran una cifra de visitantes únicos diarios de diez millones y, aproximadamente, 30 millones de visualizaciones diarias.

En la imagen que aparece a continuación se recogen estas últimas cifras junto con otros datos referentes a su audiencia.

<p>theguardian.com</p> <h1>theguardian</h1>																																															
Key information																																															
<p><b>Certificate type</b> Digital</p> <p><b>Metric type</b> Web traffic</p> <p><b>ABC total</b> 7,964,892 Daily average Unique Browsers</p> <p><b>Period</b> 1 September 2016 to 30 September 2016</p> <p><b>Market sector</b> News &amp; Current Affairs: National Newspapers</p>	<p><b>Worldwide traffic</b></p> <table> <tr> <th>theguardian.com</th><th>Daily</th><th>Monthly</th></tr> <tr> <td>Unique Browsers</td><td>7,964,892</td><td>125,114,252</td></tr> <tr> <td>Mobile Unique Browsers *</td><td>3,409,107</td><td>56,332,357</td></tr> <tr> <td>Page Impressions</td><td>30,673,397</td><td>920,201,914</td></tr> </table> <p>* When a metric is appended with * the figures are also included in the relevant main metric for the Worldwide traffic</p> <p>Included in the Worldwide traffic are:</p> <table> <tr> <th>Guardian iOS App</th><th>Daily</th><th>Monthly</th></tr> <tr> <td>App Unique Browsers</td><td>396,057</td><td>1,414,017</td></tr> <tr> <td>Page Impressions</td><td>4,832,601</td><td>144,978,018</td></tr> </table> <table> <tr> <th>Guardian Android App</th><th>Daily</th><th>Monthly</th></tr> <tr> <td>App Unique Browsers</td><td>348,019</td><td>1,003,120</td></tr> <tr> <td>Page Impressions</td><td>3,847,563</td><td>115,426,883</td></tr> </table> <table> <tr> <th>Guardian Tablet Edition App</th><th>Daily</th><th>Monthly</th></tr> <tr> <td>App Unique Browsers</td><td>16,376</td><td>45,633</td></tr> <tr> <td>Page Impressions</td><td>1,049,128</td><td>31,473,844</td></tr> </table> <table> <tr> <th>Embedded Video (Non Guardian Domains)</th><th>Daily</th><th>Monthly</th></tr> <tr> <td>AV Unique Browsers</td><td>17,546</td><td>461,577</td></tr> </table>		theguardian.com	Daily	Monthly	Unique Browsers	7,964,892	125,114,252	Mobile Unique Browsers *	3,409,107	56,332,357	Page Impressions	30,673,397	920,201,914	Guardian iOS App	Daily	Monthly	App Unique Browsers	396,057	1,414,017	Page Impressions	4,832,601	144,978,018	Guardian Android App	Daily	Monthly	App Unique Browsers	348,019	1,003,120	Page Impressions	3,847,563	115,426,883	Guardian Tablet Edition App	Daily	Monthly	App Unique Browsers	16,376	45,633	Page Impressions	1,049,128	31,473,844	Embedded Video (Non Guardian Domains)	Daily	Monthly	AV Unique Browsers	17,546	461,577
theguardian.com	Daily	Monthly																																													
Unique Browsers	7,964,892	125,114,252																																													
Mobile Unique Browsers *	3,409,107	56,332,357																																													
Page Impressions	30,673,397	920,201,914																																													
Guardian iOS App	Daily	Monthly																																													
App Unique Browsers	396,057	1,414,017																																													
Page Impressions	4,832,601	144,978,018																																													
Guardian Android App	Daily	Monthly																																													
App Unique Browsers	348,019	1,003,120																																													
Page Impressions	3,847,563	115,426,883																																													
Guardian Tablet Edition App	Daily	Monthly																																													
App Unique Browsers	16,376	45,633																																													
Page Impressions	1,049,128	31,473,844																																													
Embedded Video (Non Guardian Domains)	Daily	Monthly																																													
AV Unique Browsers	17,546	461,577																																													

Imagen nº 1. Informe sobre *Theguardian.com* elaborado por Audit Bureau of Circulation (ABC)

Por otro lado, según las cifras mensuales de tráfico de comScore (Sweney, 2014) *The Guardian* se convirtió en el año 2014 en el segundo diario en versión digital en lengua inglesa más popular del mundo. Además, cabe indicar que *theguardian.com* posee tres ediciones: la inglesa, la americana y la australiana.

Con respecto a su contenido, la información de la versión digital de este diario se distribuye en las siguientes secciones: *UK, politics, world, sport, football, opinion, culture, business, lifestyle, fashion, environment, tech y travel*.

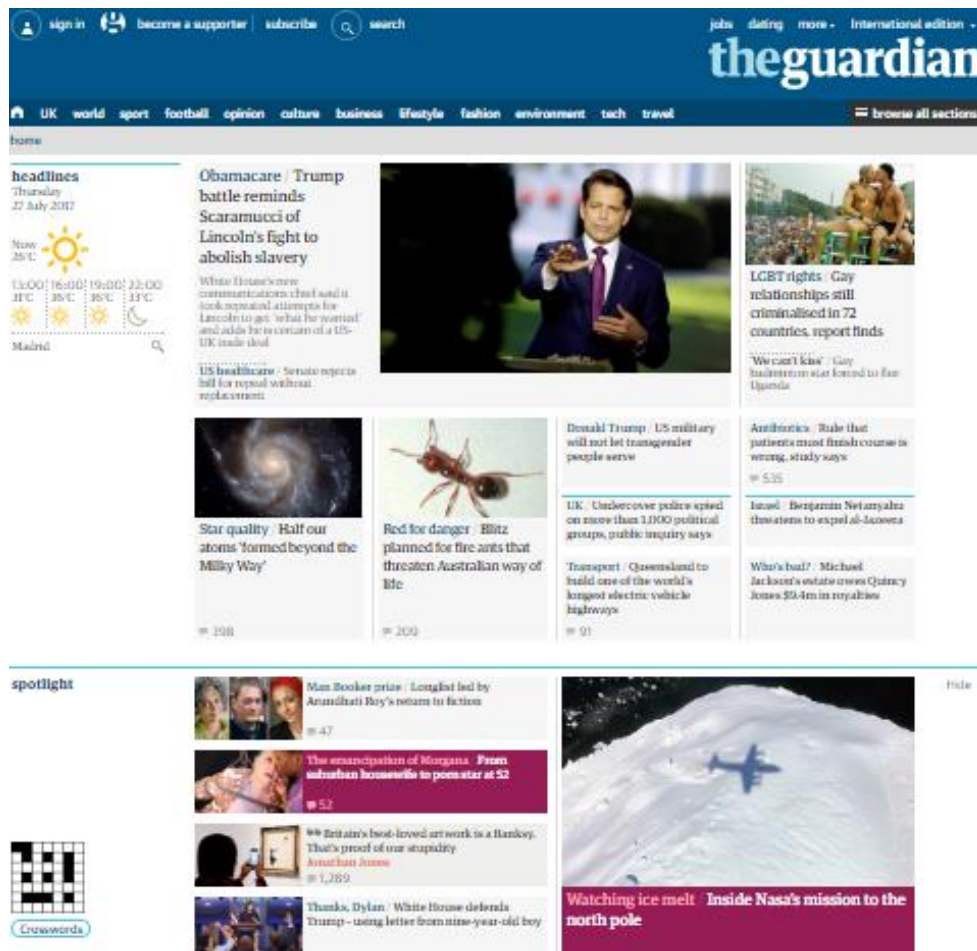


Imagen nº 2. Ejemplo de portada de *Theguardian.com*

Las principales diferencias del modelo digital con respecto al modelo clásico son la frecuencia de la actualización y la interactividad con los lectores. Con respecto a esto último, tal como se muestra en la Imagen que aparece a continuación extraída de la portada del diario, este medio hace este llamamiento al lector para su colaboración.



Imagen nº3. Llamamiento al lector para su colaboración en *Theguardian.com*.

Por último, y prestando especial atención al enfoque lingüístico, los parámetros establecidos para la composición del corpus de esta investigación han sido los siguientes:

- Lengua escrita: inglés.
- Registro: formal, si bien algunos de los textos, por su temática, presentan rasgos del lenguaje coloquial.
- Años: 2013 y 2014.
- Medio de comunicación: *Theguardian.com*.
- Tipos de texto: noticias digitales.
- Carácter: Nacional e internacional.
- Temática:
  - Economía.
  - Política.
  - Sociedad.
  - Cultura.
  - Educación.
  - Otros.

## **3.2. Resultados y Análisis de los resultados**

### **3.2.1. Primera Fase: Análisis cualitativo.**

Este apartado contiene, en primer lugar, la relación de los titulares estructurada según su temática y una evaluación de las connotaciones que se pueden extraer de su contenido; a continuación, presenta un análisis de todas las figuras estilísticas halladas en sus titulares y de las más relevantes dentro del cuerpo de las noticias.

Se comenzará por las relativas a *Spain* y *Spanish*, para seguir con las noticias en las que aparece *Italy* e *Italian*.

#### **3.2.1.1. Clasificación temática, resumen y connotaciones**

En esta investigación, el primer procedimiento ha sido el análisis de contenido temático. Según Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román (1999), el análisis de contenido debe ser:

- a. sistemático, es decir debe seguir una única forma de evaluación a lo largo de todo el proceso;
- b. objetivo, pues es necesario dejar a un lado las ideas subjetivas del investigador; replicable; y por último,
- c. cuantitativo, ya que este método proporciona unos resultados más claros y precisos.

Las categorías generales que se han obtenido son las siguientes: Cultura, Sociedad, Política, Economía, Educación, Sanidad y Meteorología.

Es necesario exponer los problemas que la clasificación temática ha conllevado ya que la realidad puede plantearse desde múltiples perspectivas. Así por ejemplo, la noticia sobre las víctimas de la talidomida y su juicio puede enfocarse desde el punto de vista social, político o incluso sanitario.



Si bien no se observa una correspondencia exacta con las secciones que proporciona *theguardian.com*, la clasificación se ha realizado al considerarse que se ajusta más a la temática de las noticias halladas en este estudio.

Tal como explican Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román (1999) con respecto al contenido:

Todo mensaje tiene dos formas generales de significado: denotación y connotación. Denotación es el significado que todo el mundo atribuye al mensaje. Connotación será el significado emocional o evaluativo que las personas, individualmente, agregan al mensaje y que variará en los individuos y en los grupos. Todo esto es especialmente aplicable a los mensajes emitidos por los medios. (Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román, 1999, p. 150).

En consecuencia, en el análisis que se presenta a continuación se ofrecen estos dos significados de las noticias extraídas de *Theguardian.com*. En primer lugar se hará referencia al significado denotativo, que constituye un breve resumen de la noticia y posteriormente las posibles connotaciones, basadas, sin embargo, en una serie de parámetros para darle la objetividad necesaria en este tipo de estudios. Por tanto, según su connotación se van a clasificar como positivas, negativas o neutras de acuerdo con la imagen que la noticia proporcione del país. Aquellas consideradas como neutras, desde cierta perspectiva le dan visibilidad a España y a Italia, pero no implican claras connotaciones positivas ni negativas, a pesar de que reflejen el interés por informar sobre estos países.

Sin embargo, se debe tener en consideración que en algunas ocasiones su constante enfatización de lugar a la formación de marcos interpretativos o esquemas de conocimiento en los lectores. Un ejemplo pueden ser algunas de las noticias sobre el independentismo catalán que en ocasiones se categoriza como neutro; no obstante, su cobertura podrá reforzar los esquemas interpretativos conformados por otras noticias sobre esa misma temática.

Además, se han establecido una serie de parámetros que sirvan para vislumbrar si la connotación de la noticia es positiva o negativa para los países en cuestión y así evitar en lo posible valoraciones intuitivas o subjetivas:

Por poner unos ejemplos de estos criterios, a continuación se señalan algunos de ellos:

En la temática de Cultura, en el caso de que las noticias promocionen o susciten interés por aspectos relativos al acervo cultural del país, se han considerado positivas. Si aparece en la temática la crisis económica, o se infravalora algún elemento cultural español/italiano, se han clasificado como negativas.

Para el área de Sociedad, si la noticia muestra una sociedad abierta que evoluciona hacia una sociedad moderna se ha considerado positiva. En cambio, si se presenta una sociedad retrograda, restrictiva o relacionada con la corrupción, el desempleo, la inmigración, los accidentes por imprudencias, la vulneración de derechos o la crisis económica se ha incluido como negativa. Una mayor problemática ha suscitado la consideración como positiva o negativa de aquellas noticias que implican conflictos ideológicos o problemas éticos. Este es el caso, por ejemplo, de las noticias referidas al intento de hacer una ley del aborto menos permisiva por parte del gobierno español. Así, intentando dejar a un lado las consideraciones personales o subjetivas, se ha tenido en cuenta, por una parte, la ideología del medio emisor de las noticias y, por otra, el perfil ideológico de sus lectores. Esto llevó a la interpretación de las connotaciones como positivas para la imagen de España.

En el caso de la temática de Economía, si aparecía una recuperación económica de España/Italia se ha considerado positiva, si se refería a la crisis, la incertidumbre económica, las medidas de austeridad y los paraísos fiscales se han incorporado a las noticias negativas.

En lo que se refiere a Política se ha considerado positiva aquella noticia que reflejara la regeneración política y negativa aquella que informara del estancamiento político, la corrupción, el abuso de poder, la crisis económica, un conflicto diplomático, la falta de implicación política y la xenofobia, entre otros. Al igual que con otros temas, se ha intentado evitar un posicionamiento subjetivo en las noticias sobre el independentismo catalán y se ha evaluado sus connotaciones en función de la ideología del medio emisor y de la de los lectores.

Es preciso observar que la evaluación de las connotaciones que emanan del cuerpo de las noticias es mucho más difícil y compleja que la del léxico, al tener que considerarse factores como el contexto social o la ideología, entre otros, en los que se producen.

Por último, queremos subrayar que tal como mantienen Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román (1999) existen dos clases de noticias en función del tipo de recompensa que busca el lector:

Las que pueden proporcionar una compensación inmediata (relativas a los crímenes, deporte, corrupción, desastres y situaciones sociales) y las que ofrecen una compensación posterior (asuntos públicos, problemas sociales, ciencias y educación). (Lucas Marín, García Galera y Ruiz San Román (1999, p. 151).

### **3.2.1.1.1. Clasificación temática, resumen y connotaciones sobre España**

Las categorías generales en las que se han clasificado las noticias sobre España son: Cultura, Sociedad, Política, Economía, Educación, Sanidad y Meteorología. Sin embargo, para hacer más exhaustiva la clasificación de las noticias, cuando se ha visto necesario, cada una de las secciones generales se han categorizado, además, en diversas sub-categorías.

#### **(1) Cultura**

Se ha considerado oportuno incluir en el apartado de cultura aquellas noticias relacionadas con las siguientes áreas:

- a) Gestión cultural, arte, cine y música.
- b) Gastronomía y enología.
- c) Historia.
- d) Teatro, lengua y literatura.
- e) Turismo.
- f) Televisión, fotografía y medios de comunicación.
- g) Tradiciones culturales y antropología.
- h) Fauna.

En esta clasificación hay una correspondencia con las secciones en *theguardian.com* con *Culture, Lifestyle, Fashion, Travel*.

## (a) Gestión cultural, arte, cine y música

### - Gestión cultural

- (1) *Reclaiming the rooftops of Spain for cultural events*. Contenido: celebración de eventos culturales en los tejados.

**Connotación:** positiva. España aprovecha los espacios para un uso colectivo de la cultura.

### - Arte

- (1) *Spanish master Murillo's long journey back into fashion*. Contenido: Murillo en London's Dulwich Picture Gallery.

**Connotación:** positiva. Promoción y visibilidad del artista español.

- (2) *From Spain to Eternity review – El Greco's world resurrected with care*. Contenido: concierto en la catedral de Toledo para conmemorar el 400 aniversario de la muerte de El Greco.

**Connotación:** positiva. Promoción y visibilidad de actividades culturales en España sobre El Greco, un artista muy vinculado a nuestro país.

- (3) *El Greco in New York review: as good as it gets outside Spain*. Contenido: celebraciones en diversas partes del mundo en conmemoración del aniversario de la muerte de El Greco.

**Connotación:** positiva. Promoción y la reputación de El Greco como artista adoptivo de España.

### - Cine

- (1) *El Cid: Spanish history enjoys a right royal revamp*. Contenido: aproximación al tratamiento de la historia, el amor, la política y la guerra en la película de El Cid.

**Connotación:** positiva. Divulgación de una figura histórica y legendaria de la Historia española.

- (2) *Fire over England: the untold story of the Spanish Armada*. Contenido: la Armada española: narración de los acontecimientos históricos, la justicia, las relaciones internacionales y el elenco de actores de esta película basada en la batalla de la Armada invencible.

**Connotación:** negativa. Exaltación de la victoria inglesa al tratarse de una película sobre la recreación de la famosa batalla en la que es España es derrotada.

- (3) *Spanish Beatlemania and Icelandic horses steal the screen at San Sebastián.*  
Contenido: críticas de dos películas presentadas en el festival de cine de San Sebastián. La primera, situada en la época de Franco, versa sobre un profesor que va en busca de John Lennon; la segunda, el film islandés “Of Horses & Men”.

**Connotación:** positiva. Divulgación y promoción del cine español.

- (4) *Spanish thriller Magical Girl wins top award at San Sebastián film festival.*  
Contenido: crítica de las películas presentadas en el festival de cine de San Sebastián.

**Connotación:** positiva. Divulgación y promoción del cine español.

- (5) *Orson Welles and a Spanish Snow White make for a diverse Pordenone.*  
Contenido: películas presentadas en el cine en el festival de cine mudo de Italia. Sobre España se centran en la versión española de Blancanieves.

**Connotación:** positiva. Divulgación y promoción del cine español.

- (6) *Spanish cinema reels after 15% box-office dive.* Contenido: el aumento de los precios y la situación del desempleo repercute negativamente a la taquilla.

**Connotación:** negativa. La crisis económica afecta a los cines españoles.

## - Música

- (1) *Falla: Nights in the Gardens of Spain etc CD review – tepid and undercharacterised.* Contenido: el pianista Luis Fernando Pérez interpreta el repertorio de Falla en un disco.

**Connotación:** positiva/negativa. Promoción y visibilidad de las obras musicales del compositor español a pesar de que el intérprete no ha sabido transmitir toda su fuerza.

- (2) *Pete Seeger, Woody Guthrie and others: Songs of the Spanish Civil War review – intriguing vintage folk laments.* Contenido: canciones de los brigadistas estadounidenses en la Guerra Civil.

**Connotación:** neutra.

- (3) *Little-known Spanish singer from the 80s discovers his song is worldwide hit.*  
Contenido: un cantante español de los 80 alcanza el éxito mundial en la

actualidad sin recibir el reconocimiento de derechos de autor por parte de las instituciones españolas.

**Connotación:** negativa. Ni la Sociedad General de Autores y editores (SGAE) ni el sello musical, *Warner Music*, están velando por los derechos de un cantante español cuyas canciones están siendo reproducidas sin su permiso por todo el mundo sin compensación económica.

#### (b) Gastronomía y enología

- (1) *El Racó de Can Fabes to close after 32 years as one of Spain's finest.* Contenido: el cierre del restaurante El Racó de Can Fabes.

**Connotación:** positiva/negativa. Por un lado se hace eco del prestigio de los restaurantes españoles y por otro la crisis económica lleva a su cierre.

- (2) *Glasgow's coffees have more kick than those in Italy and Spain.* Contenido: el café de Glasgow en comparación con el italiano y el español.

**Connotación:** neutra.

- (3) *Record-breaking tortilla attempt turns into big embarrassment for Spanish city.* Contenido: el récord de tortilla española en Japón. La tortilla de patatas, un producto típico español obtiene el récord por parte de los japoneses y según el diario inglés deja en ridículo a los españoles.

**Connotación:** negativa.

- (4) *Wine: cheap Spanish reds that taste anything but.* Contenido: en España es posible adquirir un vino barato y de calidad.

**Connotación:** positiva. Promoción de la calidad del vino español.

- (5) *Wine: move over Spanish rioja – Argentinian malbec is the new red kid in town.* Contenido: el malbec argentino es considerado superior al Rioja español.

**Connotación:** negativa. El contenido versa sobre la promoción del malbec argentino y sin embargo, el titular va en detrimento del vino español al sugerir que le ha superado en las preferencias de compra.

#### (c) Historia

- (1) *Spanish civil war monument must be pulled down, court rules.* Contenido: la noticia se hace eco de que la justicia española falla en favor de los seguidores del franquismo al ordenar el derribo de un monumento para las brigadas

internacionales a pocos metros de un arco que homenajea la victoria del bando nacional.

**Connotación:** negativa. La justicia da la razón a la extrema derecha española y se reproducen las palabras de un abogado español que mantiene que “las brigadas internacionales fueron creadas y dirigidas por Stalin, el mayor genocida de la Historia”.

- (2) *Vatican beatifies over 500 'martyrs of the faith' killed during Spanish civil war.* Contenido: la beatificación de mártires asesinados durante la Guerra Civil.

**Connotación:** neutra.

- (3) *Economic boost? Sephardic Jews contemplate a return to Spain.* Contenido: España ofrece la ciudadanía a los descendientes de los judíos sefardíes que fueron expulsados del país por los Reyes Católicos en 1492.

**Connotación:** negativa. Se preguntan si España ofrece la ciudadanía a los descendientes de los judíos sefardíes por rectificar sus errores del pasado y aceptar la diversidad cultural o bien su iniciativa está impulsada por otros motivos entre ellos, las dificultades económicas.

#### (d) Teatro, lengua y literatura

##### - Teatro

- (1) *Punishment without Revenge review – a fitfully enjoyable Spanish drama.* Contenido: el *Rakata* lleva a cabo en el *Shakespeare's Globe* de Londres una representación de obra de Lope de Vega, *Castigo sin Venganza*.

**Connotación:** positiva. Divulgación de obras teatrales españolas.

##### - Lengua y literatura

- (1) *Can you learn Spanish in 150 minutes?* Contenido: esta noticia narrada en primera persona hace referencia a un curso de idiomas que se puede hacer en 150 minutos, con dos CDs y un folleto de seguimiento. En este caso, se centra en el aprendizaje del español, que califica como: “un lenguaje hospitalario para los hablantes de inglés”.

**Connotación:** positiva. Promoción del aprendizaje del castellano.

- (2) *The Spanish language school that delivers lessons on a Budget.* Contenido: en la primera parte de la noticia hacen hincapié en las ventajas y desventajas de la Escuela Oficial de Idiomas (EOI). En concreto, se centra en las escuelas de la Comunidad Valenciana, puntualizando que están entre las más baratas en España. Posteriormente, señalan que España está muy avergonzada por su nivel de inglés. Así, advierten que cualquier político o figura pública española que se atreva a hablar inglés en la televisión sin ser fluido desencadenará una ola de burlas. Ante esto especifican que no por parte los anglófonos sino de otros españoles. A modo de ejemplo, sugieren el caso de la que fue alcaldesa de Madrid, Ana Botella, y su participación en el comité olímpico que se hizo viral. Por último, al referirse al Reino Unido, manifiestan que están un poco avergonzados acerca de sus habilidades en los idiomas.

**Connotación:** positiva. Señalan que es económico aprender idiomas en España a pesar de que también manifiestan que los políticos no tienen un nivel adecuado y se convierten en objeto de burla por parte de los propios españoles.

- (3) *From J-Lo to Strictly: why more students are learning Spanish.* Contenido: desde el 2011 el interés por estudiar el español ha aumentado. Como factor principal destacan que España es el destino de vacaciones de un gran número de británicos. La música latina también ha influido.

**Connotación:** positiva. Aumento del interés por aprender castellano.

- (4) *I confused my numbers in Spanish – and misreported a death toll.* Contenido: un reportero cuenta su equivocación se equivoca con el idioma.

**Connotación:** neutra.

- (5) *Spain's oldest dictionary under fire for equating 'gypsy' with 'cheat'.* Contenido: cuestionada la definición de la palabra “gitano” en la RAE por sus posibles tintes racistas.

**Connotación:** negativa. La institución que propone las directrices de la lengua española contiene definiciones ofensivas.

- (6) *Microsoft's 'Star Trek' Skype translator turns English into Spanish.* Contenido: Microsoft permite a los usuarios de Skype conversar en español mediante el traductor universal de Star Trek.

**Connotación:** positiva. Presencia del idioma español en internet.



- (7) *Uncertain Glory review - Catalan classic of the Spanish civil war*. Contenido: crítica de una novela de Joan Sales, considerada la primera en retratar la Guerra Civil desde el lado republicano.  
**Connotación:** positiva. En la noticia se lleva a cabo la divulgación y la promoción de una obra literaria sobre la Historia española del siglo XX.

**(e) Turismo**

- (1) *Spain: best budget beach hotels on the Costa Brava and Costa Dorada*. Contenido: los mejores presupuestos para hoteles en la Costa Brava.  
**Connotación:** positiva. Promoción del destino turístico español.
- (2) *Top 10 budget beach hotels in Andalucía, Spain: part two*. Contenido: los mejores presupuestos para hoteles en Andalucía.  
**Connotación:** positiva. Promoción del destino turístico español.
- (3) *10 of the best family-friendly hotels in Spain*. Contenido: los mejores hoteles de España para ir en familia.  
**Connotación:** positiva. Promoción del destino turístico español.
- (4) *10 of the best family self-catering holidays in Spain*. Contenido: los mejores alquileres de vacaciones en familia de España.  
**Connotación:** positiva. Promoción del destino turístico español.
- (5) *Caminito del Rey, Spain: one of the world's scariest hikes to reopen*. Contenido: paseos por el Caminito del Rey.  
**Connotación:** positiva. Promoción del destino turístico español.
- (6) *Highlights of Cadiz and the Costa de la Luz in Spain: reader's tips*. Contenido: Cádiz y la Costa de la Luz.  
**Connotación:** positiva. Promoción del destino turístico español.
- (7) *Cheap city breaks- flights for under £50: Girona, Spain*. Contenido: promoción de vuelos a Gerona.  
**Connotación:** positiva. Promoción del destino turístico español.
- (8) *Travel tips: the Baztán Valley in Spain, and the week's best deals*. Contenido: promoción del Valle de Baztán.  
**Connotación:** positiva. Promoción del destino turístico español.

## (f) Televisión, fotografía y medios de comunicación

- (1) *The Local expands its reach to Spain and Italy.* Contenido: el sitio web de noticias, *The Local*, alcanza a España y a Italia.

**Connotación:** positiva. Incluyen el sur de Europa como parte integrante de su mercado.

- (2) *Flying high with Spain's neon-painted pigeons.* Contenido: homenaje fotográfico que en la noticia se califica de “irreverente, surrealista y absurdo”, sobre una tradición común en el Levante español. En el ritual con palomas se suelta un ejemplar hembra que será perseguido por ejemplares machos.

**Connotación:** negativa. Se refieren a esta tradición como un “ritual masculino” de palomas que tiene su origen en el “machismo de una España mucho más antigua”.

- (3) *Spain's everyday internet warrior who cut free from Google's tentacles.* Contenido: un español que ha pasado los últimos cinco años luchando legalmente contra *Google* por el "derecho a ser olvidado" en Internet ha aplaudido un fallo histórico de la Corte Europea contra *Google*. El tribunal especificó que los motores de búsqueda que operan en Europa deben encontrar un equilibrio entre ofrecer información de interés público y proteger los derechos de las personas a la privacidad ya la protección de datos personales.

**Connotación:** positiva. La Agencia española de protección de datos se pone de parte del afectado español, sentando así un precedente a favor de los usuarios de *Google*.

- (4) *Spain's newspaper publishers put their faith in 'Google tax' law.* Contenido: los editores de España han conseguido que comience a tramitar una ley para poder recibir un pago por la apropiación de su contenido en línea.

**Connotación:** positiva. Avance sobre la protección de la propiedad intelectual en España.

- (5) *Spain moves to protect domestic media with new 'Google tax'.* Contenido: los periódicos en España ahora podrán exigir una cuota mensual del motor de búsqueda antes de poder figurar en *Google Noticias*.

**Connotación:** positiva. Avance sobre la protección de la propiedad intelectual en España.

- (6) *Google News Spain to close in response to story links 'tax'.* Contenido: *Google* cierra *Google Noticias* en España y elimina a los medios de comunicación españoles del servicio después de una discusión con el gobierno del país sobre la nueva legislación destinada a proteger a los editores locales.

**Connotación:** neutra.

- (7) *Google News Spain to be shut down: what does it mean?* Contenido: *Google Noticias* se retirará de España antes de que entre en vigor en el próximo año una nueva ley que obliga a los agregadores a pagar a los editores de noticias.

**Connotación:** neutra.

- (8) *Right to be forgotten is a false right, Spanish editor tells Google panel.* Contenido: *Google* se ve obligado a crear "lagunas de información" y actuar como un "falso fallo judicial sobre un falso derecho", según el editor de la edición en español del *Huffington Post*.

**Connotación:** neutra.

- (9) *Google 'plays hardball' in Spanish news row.* Contenido: la amenaza de cerrar *Google Noticias* en España por la demanda de pago podría ser una táctica de negociación de la empresa.

**Connotación:** neutra.

#### (g) Tradiciones culturales y antropología

- (1) *Spain urged to swap bull run for ball run.* Contenido: el uso de bolas en vez de toros en Mataelpino en las fiestas populares.

**Connotación:** positiva. PETA alaba el ejemplo de un pueblo español, Mataelpino, por respetar los derechos de los animales en las fiestas populares.

- (2) *Neanderthal faces emerge from the gloom of a Spanish cave.* Contenido: nuevos hallazgos del Neanderthal en una cueva del norte de España.

**Connotación:** neutra.

## **(h) Fauna**

- (1) *Spain's endangered Iberian lynx brought back from brink of extinction.*

Contenido: el lince ibérico se recupera de la extinción gracias a un programa de recuperación en Andalucía.

**Connotación:** positiva. España recupera un animal en peligro de extinción.

## **(2) Sociedad**

Se ha visto preciso que esta sección englobe las noticias sobre las siguientes temáticas:

- (a) Monarquía.
- (b) Inmigración.
- (c) Huelgas y protestas.
- (d) Sucesos.
- (e) Aborto.
- (f) Medioambiente.
- (g) Otros.
- (h) España con un papel secundario.

En este último grupo se han incluido todas aquellas noticias de sociedad con carácter internacional que han tenido lugar en España.

### **(a) Monarquía**

- (1) *Spanish taxes pay for King Juan Carlos to go from have-yacht to have-not.*

Contenido: el rey don Juan Carlos despide a la tripulación del yate fortuna y se ve obligado a pagar 1.2 millones de euros al ser demandado por esta, que serán pagados por todos los españoles.

**Connotación:** negativa. Deterioro de la monarquía al suponer un gasto abusivo para la economía española.

- (2) *Spain's Princess Christina named as suspect in corruption case.* Contenido: la infanta Cristina tiene que prestar declaración ante el juez por su papel en

fundaciones sin ánimo de lucro por imputaciones de corrupción y blanqueo de dinero.

**Connotación:** negativa. Posible corrupción en la Familia Real española.

- (3) *King Juan Carlos of Spain: a fairytale told by politicians.* Contenido: analogía de la monarquía española actual, legitimada según el autor del artículo sobre símbolos, metáforas y sobretodo en la realeza de las grandes obras de Shakespeare.

**Connotación:** negativa. Vinculación de la monarquía con Franco, la corrupción y la caza furtiva de elefantes, además de señalar la profunda crisis política en la que está sumida España.

- (4) *King Juan Carlos's reign in Spain ends amid falling popularity and bungling.* Contenido: referencia al final humillante del rey Juan Carlos tras cuatro décadas en el trono.

**Connotación:** negativa.

- (5) *Spain's King Juan Carlos to abdicate.* Contenido: renuncia del rey Juan Carlos que da paso a una nueva era de esperanza.

**Connotación:** positiva/negativa. Los escándalos han obligado al rey Juan Carlos I a abdicar, no obstante, el futuro rey está preparado para asumir el trono. Especifican que la imagen de la monarquía se ha visto afectado por el caso de corrupción en el que se ha visto envuelta la hermana de Felipe VI.

- (6) *Spain's Princess Cristina in court over tax fraud claims.* Contenido: la Infanta Cristina es convocada para comparecer ante el tribunal por blanqueo de dinero y por las acusaciones de evasión fiscal, cargos referidos a la presunta malversación de fondos públicos de su marido, Iñaki Urdangarin y su socio Diego Torres.

**Connotación:** negativa. Posible corrupción en la Familia Real española.

- (7) *Juan Carlos abdication sparks calls for referendum on Spain's monarchy.* Contenido: protestas ciudadanas en petición de un referéndum sobre la monarquía con motivo de la abdicación del rey Juan Carlos.

**Connotación:** negativa. Los españoles piden un referéndum para retirar la monarquía española. En la noticia se señala que el reinado de Juan Carlos I ha estado plagado de escándalos.

- (8) *Crown Prince Felipe: the man who will be king of Spain.* Contenido: descripción de la imagen del nuevo rey, impulsor de la transparencia y la

apertura, ha sido coronado bajo la sombra de los escándalos familiares. Asimismo, señalan que la futura reina es una mujer divorciada, de clase media, y que en el anuncio oficial de su compromiso cometió errores protocolarios.

**Connotación:** positiva/negativa. Los escándalos han obligado al rey Juan Carlos I a abdicar, no obstante, el futuro rey está preparado para asumir el trono. Sin embargo, ponen en duda la preparación de la futura reina para el trono.

- (9) *Spain's Felipe VI promises a 'renewed monarchy' as he is sworn in as king.* Contenido: eco del primer discurso del rey Felipe VI, que promete la renovación de la monarquía.

**Connotación:** positiva. Renovación de la imagen de la corona.

- (10) *Princess Cristina corruption case in Spain is given go-ahead.* Contenido: una semana después de la ascensión al trono de Felipe VI prometiendo "una nueva monarquía para nuevos tiempos", el rey se encuentra con su primer desafío: un tribunal acusa de corrupción a su hermana, encontrándose ante un caso sin precedentes. Se menciona además a Iñaki Urdangarin, quien también se enfrenta a los cargos de fraude, falsificación de documentos y malversación de fondos.

**Connotación:** negativa. Se sugiere la posible corrupción en la familia real española.

- (11) *Princess Cristina fraud case leads to calls to strip her name from Spain's streets.* Contenido: la imputación de la Infanta Cristina en el caso de fraude conduce a la petición de la retirada de su nombre en las calles.

**Connotación:** negativa. Españoles avergonzados por las asociaciones con la familia real por el posible fraude cometido por la Infanta Cristina.

- (12) *Spanish king and queen to retain titles and immunity after abdication.* Contenido: la Casa Real anuncia que el rey Juan Carlos y la reina Sofía mantendrán el título de rey y reina después de que Felipe VI asuma el trono. Esto conlleva a la inmunidad de enjuiciamiento civil o penal. Alrededor de 100.000 figuras públicas entre las que se encuentra el presidente del gobierno y su consejo de ministros, jueces y fiscales gozan de inmunidad en el sistema judicial español.

**Connotación:** negativa. En esta noticia se quiere dar la imagen de que en España existe una desigualdad de enjuiciamiento. No solo los reyes eméritos gozan de inmunidad también algunos miembros del sistema político español.

- (13) *Spanish king's sister faces trial after court approves tax fraud charges.* Contenido: un tribunal español admite los cargos de fraude fiscal contra la princesa Cristina de Borbón, allanando el camino para un juicio criminal sin precedentes.

**Connotación:** negativa. Posible corrupción en la Familia Real española.

- (14) *Spanish king's sister to stand trial on tax fraud charges.* Contenido: la princesa Cristina de Borbón acusada de fraude por una investigación sobre las relaciones comerciales de su esposo.

**Connotación:** negativa. Posible corrupción en la Familia Real española.

- (15) *Spanish activists launch street referendum over future of monarchy.* Contenido: manifestantes en petición de referéndum legítimo y transparente en el que se decidiera entre monarquía y república. Se recogen las palabras de Kike Castelló, miembro del grupo *¡Democracia Real Ya!*, que se ofrece a realizar también un referéndum para la Corona británica.

**Connotación:** neutra. A pesar de hacerse eco de la opinión de un sector de la opinión pública española que demanda un referéndum, en el cuerpo de la noticia se justifica que este no es necesario, ya que la posesión del trono del nuevo rey está abalada por más de un 85% del parlamento español, que es el legítimo representante del pueblo español.

## **(b) Inmigración**

- (1) *400 migrants break through border fence in Spain's African enclave Melilla.* Contenido: Melilla se está convirtiendo en un destino cada vez más frecuente para los solicitantes de asilo. Más de 1.000 inmigrantes subsaharianos intentan traspasar la cerca de seis metros de alambrada que marca la frontera con España.

**Connotación:** negativa. Preocupación por el aumento de la inmigración en España.

### (c) Huelgas y protestas

- (1) *Spain prepares for an autumn of discontent by buying €1m of riot gear.*  
Contenido: España compra un millón de euros en material antidisturbios ante las protestas ciudadanas que se esperan para el otoño.  
**Connotación:** negativa. Situación de inestabilidad y protestas de los ciudadanos españoles
- (2) *Spanish unions launch campaign against 'criminalisation' of strikes.*  
Contenido: los principales sindicatos españoles lanzan una campaña contra lo que llaman la creciente "criminalización" de las huelgas y otras acciones laborales.  
**Connotación:** negativa. Los trabajadores españoles reclaman su derecho a la huelga y a las manifestaciones. Implica un recorte de las libertades ciudadanas en España.
- (3) *Spain restricting people's right to protest, Amnesty report finds.* Contenido: un informe de Amnistía Internacional sobre la restricción de España hacia el derecho de las personas a protestar.  
**Connotación:** negativa. Vulneración en España de un derecho universal.

### (d) Sucesos

#### Accidente ferroviario de Santiago

- (1) *Santiago train crash: Spain declares three days of national mourning.*  
Contenido: el gobierno español decretó tres días de duelo oficial tras el accidente del tren en Galicia, que dejó al menos 78 muertos y 130 heridos.  
**Connotación:** neutra.
- (2) *Spain train crash: attention focuses on driver, Francisco José Garzón.*  
Contenido: las "cajas negras" recuperadas del tren demostrarán al culpable del accidente pero por el momento la atención está en el conductor, Francisco José Garzón.  
**Connotación:** negativa. Se cuestiona la seguridad de las redes de ferrocarriles españoles.
- (3) *Spain train crash driver 'admits he was reckless'.* Contenido: el conductor del tren implicado en el peor desastre ferroviario de España en casi 70 años es



liberado bajo fianza tras admitir a un juez que se había comportado imprudentemente.

**Connotación:** negativa. Se cuestiona la seguridad de las redes de ferrocarriles españoles por la imprudencia de su personal.

- (4) *Spanish train crash driver wrote on Facebook about high speed. Contenido:* el conductor del tren del accidente en Galicia publicó en Facebook comentarios sobre el exceso de velocidad con el que manejaba un tren en el año 2012.

**Connotación:** negativa. Se cuestiona la seguridad de las redes de ferrocarriles españoles por la imprudencia de su personal.

- (5) *Spanish train crash: PM criticised over 'cut and paste' condolence message. Contenido:* Mariano Rajoy comete un grave error protocolario al hacer un 'corta y pega' en el mensaje de condolencias. Además en la noticia se informa de otros accidentes ferroviarios ocurridos en España.

**Connotación:** negativa. Se pone de manifiesto un error protocolario por parte del presidente del gobierno y una vez más se cuestiona la seguridad de las redes de ferrocarriles españoles por la imprudencia de su personal.

- (6) *Spanish train crash driver to face judge. Contenido:* el conductor del tren implicado en el accidente ferroviario está acusado formalmente de homicidio involuntario causado por temeridad y corre el riesgo de cumplir una sentencia de 12 años de cárcel.

**Connotación:** negativa. Una vez más se cuestiona la seguridad de las redes de ferrocarriles españoles por la imprudencia de su personal

- (7) *Spanish railway safety under review after Galicia crash, say bosses. Contenido:* el jefe del operador nacional de trenes de España ha dicho a una comisión parlamentaria que la compañía ha comenzado una revisión de seguridad tras el accidente ferroviario en Galicia La noticia incluye datos sobre las infraestructuras española así se hace eco de que España tiene más ferrocarriles de alta velocidad que cualquier país, a excepción de China y que es un líder mundial en la tecnología. Además, informa de los proyectos españoles en Arabia Saudí, y las ofertas de proyectos en Brasil y en Rusia. Sin embargo, el artículo señala los problemas que podría acarrear el accidente de Galicia a las compañías españolas ya que en el caso de Brasil, las reglas de

licitación excluyen a cualquier compañía que haya tenido un accidente fatal de tren de alta velocidad en los últimos cinco años.

**Connotación:** negativa. Se cuestionan las infraestructuras españolas debido al accidente de Galicia y se hacen eco de las posibles consecuencias negativas del accidente en los proyectos ferroviarios internacionales

- (8) *Spanish train crash: driver Garzón tape revealed.* Contenido: los investigadores revelan que la caja negra muestra que el conductor no respondió cuando se activó la mano muerta. Los familiares de los muertos han llevado el caso ante el Tribunal Europeo de Derechos Humanos después de que el sistema judicial español declaró el caso cerrado.

**Connotación:** negativa. Los familiares de las víctimas inconformes con la actuación del sistema judicial español, que es por tanto cuestionado.

#### (e) Aborto

- (1) *Anti-abortion film competition for students stokes debate in Spain.* Contenido: el sitio web de la Consejería de Educación de Aragón promueve un debate contra el aborto en España a través de una competición cinematográfica para los estudiantes.

**Connotación:** negativa. En esta noticia se censura la implicación de menores en el tema del aborto.

- (2) *Spain's tough new abortion law advances after secret vote.* Contenido: los parlamentarios españoles dan un paso hacia adelante para la aprobación de una nueva ley que limita drásticamente el acceso al aborto.

**Connotación:** negativa. Según el diario británico, se está dando un impulso a una nueva ley del aborto especialmente restrictiva.

- (3) *Spain abandons plan to introduce tough new abortion laws.* Contenido: el gobierno español abandona los planes de endurecer las leyes liberales de aborto del país. Tras meses de especulación, el ministro de Justicia, encargado de promulgar, según este diario, una de las leyes más duras en Europa, renuncia a su cargo.

**Connotación:** positiva. Se presenta como un avance a los ojos de los lectores el hecho de que el gobierno de España de un paso hacia atrás en lo que consideran una de las leyes más controvertidas de la legislatura.

- (4) *Spanish government set to abandon plan to limit abortion access.* Contenido: toma como fuente el diario El Mundo y se hace eco de una noticia acerca de que el gobierno español está a punto de abandonar sus planes de limitar drásticamente el acceso al aborto en el país.

**Connotación:** positiva. Se reincide en la noticia anterior.

#### (f) Medioambiente

- (1) *Greenpeace ship Arctic Sunrise detained in Spain.* Contenido: el barco de protesta *Greenpeace Arctic Sunrise* detenido por el gobierno español en aguas de Canarias.

**Connotación:** negativa. España reprime protestas en defensa del medio ambiente.

- (2) *Spanish navy rams Greenpeace boat and injures activists.* Contenido: la actuación de los barcos de la armada española que protegen una nave de perforación petrolífera, dejados a varios activistas heridos.

**Connotación:** negativa. Represión española en defensa del medio ambiente.

- (3) *Spanish government cleared of blame for Prestige oil tanker disaster.* Contenido: ecologistas expresan su indignación después de que un tribunal español absolviera al gobierno de cualquier responsabilidad por el desastre medioambiental del petrolero *Prestige* cuando cayó en la costa gallega.

**Connotación:** negativa. Pone en entredicho la separación de poderes en España porque considera que la justicia española no ha mostrado voluntad de juzgar la actuación del gobierno.

#### (g) Otros

- (1) *Spain's thalidomide victims' appeal for compensation backed by Olvera town.* Contenido: España nunca ha creado un fondo para las víctimas de la talidomida, a diferencia de muchos otros países de Europa, donde los gobiernos han proporcionado compensación. Para la mayoría, los intentos de obtener

financiación de *Grünenthal* han sido inútiles. Un afectado señala que la crisis económica de España también ha agravado la necesidad de compensación.

**Connotación:** negativa. España reduce el gasto social por culpa de la crisis.

- (2) *Spain regressing on human rights, says high-profile judge*. Contenido: crítica del juez Baltasar Garzón hacia la reforma de la doctrina de la jurisdicción universal.

**Connotación:** negativa. Dan voz al juez Baltasar Garzón por criticar la ley de reforma de jurisdicción universal que limita la capacidad de los jueces españoles de perseguir crímenes contra los derechos humanos.

- (3) *Spain gets taste for greens as vegans, vegetarians and vegivores flourish*. Contenido: se produce un aumento de vegetarianos en España.

**Connotación:** positiva. España abierta a diversas opciones gastronómicas.

- (4) *Poverty and education: a 'lost decade' for Spain's children*. Contenido: Pobreza infantil. Informe de Unicef pone de relieve el aumento de la pobreza infantil en el sur de Europa.

**Connotación:** negativa. Se pone de manifiesto el drama de la pobreza infantil en España.

- (5) *Runaway goats invade train station in Spain*. Contenido: un rebaño de 17 cabras entra en las vías férreas de la estación de tren de Terrassa en Cataluña.

**Connotación:** negativa. Imagen de España como un país anclado en el pasado.

- (6) *Spain's youth prisons could provide a model for Britain's*. Contenido: las prisiones españolas, posible modelo para los británicos.

**Connotación:** positiva. Están tomando a España como modelo en el planteamiento de sus prisiones ya que consiguen reinsertar a los jóvenes delincuentes mientras que en Gran Bretaña no.

- (7) *Spanish resort cracks down on rowdy stag and hen parties*. Contenido: Tossa de Mar en la Costa Brava de Cataluña, una antigua ciudad amurallada con hermosas playas y restaurantes frente al mar, sufre una invasión de turistas que la visitan para celebrar despedidas de solteros. Ante las quejas de sus habitantes, las autoridades se plantean exigir una autorización a los organizadores.

**Connotación:** negativa. España como destino turístico de baja calidad.

- (8) *Spanish theatre group turns porn seller to bypass tax hike on ticket sales*. Contenido: el grupo de teatro *Primas de Riesgo* en su lucha por sobrevivir frente

al impuesto sobre la cultura, ha decidido reorientarse hacia una industria más favorable a los impuestos: la pornografía.

**Connotación:** negativa. Desprestigio de la cultura en España.

- (9) *Spain crosses its fingers for El Gordo lottery's €2.24bn prize money*. Contenido: un griego graba un documental sobre su propia mala suerte al ser el único ciudadano de un pueblo de Aragón que no comparte el premio del Gordo de la lotería.

**Connotación:** neutra.

- (10) *Spanish rice farmers fight invasive snail*. Contenido: la Unión Europea se muestra indiferente ante invasión del caracol que está afectando a los cultivos del Delta del Ebro.

**Connotación:** neutra.

- (11) *Female head of Spanish business group 'avoids hiring women aged 25-45'*. Contenido: la presidenta del Círculo de empresarios acusada de sexismo después de decir que prefiere no contratar a mujeres en edad fértil.

**Connotación:** negativa. Una responsable de las empresas españolas opina en contra de los derechos laborales de las mujeres.

- (12) *Spanish town hires its own pet (poo) detective*. Contenido: un detective, contratado por las autoridades, recorrerá las calles de Colmenar Viejo, una ciudad al norte de Madrid, para multar a todos los dueños de perros que no recojan sus excrementos.

**Connotación:** negativa. España se presenta como un país que requiere una medida extrema para paliar el incivismo.

- (13) *Potty plan: Spanish town sets up dog toilet*. Contenido: un Proyecto piloto para instalar inodoros de perro en Cataluña ante el problema de los excrementos de perro en las calles.

**Connotación:** negativa. España se presenta como un país que requiere una medida extrema para paliar el incivismo.

- (14) *Prince George's Spanish nanny travels with royal entourage to New Zealand*. Contenido: la nueva niñera española del príncipe George, hijo del príncipe Guillermo de Inglaterra les acompaña en su viaje a Nueva Zelanda.

**Connotación:** neutra.

- (15) *Spanish village of Castrillo Kill the Jews votes on name change*. Contenido: propuesta de los ciudadanos de un pueblo de cambiar su nomenclatura ofensiva

contra los judíos. La noticia se hace eco de que en una encuesta, realizada en el 2008, encontró a España como uno de los países más antisemitas de Europa.  
**Connotación:** negativa. Se ofrece la imagen de España como la de un país antisemita.

- (16) *Spain raises age of consent from 13 to 16.* Contenido: España eleva la edad del consentimiento para el matrimonio, un hecho que nos igual a países como Alemania, Austria, Hungría, Italia y Portugal. Se hacen eco de la educación sexual de los jóvenes españoles y del bajo número de embarazos en adolescentes en comparación, por ejemplo, con los Estados Unidos. Para finalizar, señalan que las enfermedades sexuales en el país van en aumento.

**Connotación:** positiva. España se actualiza en la regulación del consentimiento en los matrimonios de menores.

- (17) *Spain warned it could lose Eurovegas unless it allows smoking in casinos.* Contenido: si el gobierno no cambia sus leyes antitabaco, España podría perder complejo Eurovegas de casinos y hoteles.

**Connotación:** negativa. Muestra a España abierta a negociar para cambiar leyes de salud pública para instalar un complejo de casinos.

- (18) *Spain warms to Mongolia – a new take on satire.* Contenido: la revista española de la crisis financiera, Mongolia, hace sátira de la corrupción, el poder y la prensa.

**Connotación:** negativa. Se reafirma una imagen de España corrupta.

- (19) *Spain's king of the e-cigarette.* Contenido: un ciudadano chino hace fortuna con los cigarrillos sin humo comprando todas las patentes del producto en España.

**Connotación:** Positiva. Un inmigrante puede triunfar haciendo negocios en España.

- (20) *Spanish gang steals tonne of hashish at midnight on New Year's Eve.* Contenido: robo de hachís en el cuartel de las aduanas españolas.

**Connotación:** negativa. Imagen de incompetencia de los servicios del control fronterizo.

- (21) *Spanish schoolboy fakes kidnap to avoid parents' evening.* Contenido: un niño finge su secuestro para que sus padres no hablen con los profesores.

**Connotación:** neutra.

- (22) *Isabel Carrasco, politician in Spain's governing People's party, shot dead.* Contenido: el asesinato de Isabel Carrasco, política del Partido Popular.

**Connotación:** neutra.

- (23) *Woman 'confesses to killing Spanish politician Isabel Carrasco*. Contenido: una mujer confiesa el asesinato de la política Isabel Carrasco argumentando rencor.

**Connotación:** negativa. Se refieren a un político muy poderoso a nivel local que ha sido asesinado con lo que dejan entrever un fondo de corrupción y venganza, por lo que puede estar relacionado con el abuso de poder.

- (24) *Top Spanish architect wins lawsuit over 'Calatrava bleeds you dry' website*.

Contenido: un juez de Valencia ha ordenado a un partido político a pagar 30.000 euros por daños y perjuicios al célebre arquitecto Santiago Calatrava por un sitio web creado por sus miembros para poner de relieve los fallos y los excesos de costes en varios proyectos que él diseñó.

**Connotación:** negativa. Un arquitecto español, dado al sobrecoste de las obras como mecanismo cómplice de la corrupción urbanística, gana un juicio contra una página web que atenta contra su imagen.

- (25) *Dozens injured in Morocco at protest over Spanish paedophile's release*.

Contenido: heridos en Marruecos en protesta por la liberación de un pedófilo español.

**Connotación:** negativa. El rey español está abusando de su poder buscando la absolución de un espía condenado por pedófilo.

- (26) *Send for the cobrador: business booms for Spanish debt collectors*. Contenido: la profesión del cobrador del frac está en auge.

**Connotación:** negativa. Incide en la profundidad de la crisis en España.

- (27) *Spanish helpline reports rise in number of callers considering suicide*.

Contenido: se produce un aumento de llamadas de personas que se plantean el suicidio.

**Connotación:** negativa. Mencionan que la crisis económica puede ser una causa del aumento de suicidios en España.

- (28) *Animal rights groups condemn Spanish bullfighting bill*. Contenido: defensores de los derechos de los animales condenan los espectáculos con los toros.

**Connotación:** negativa. En España aún se tiene que denunciar la crueldad animal.

- (29) *Spanish wealth gap biggest in Europe, says charity*. Contenido: la brecha de la riqueza en España es la mayor de Europa. Según un informe de Cáritas, España es la sociedad más desigual de Europa, con tres millones de personas en el país

que viven en condiciones de "extrema pobreza", mientras que otro estudio dice que el número de millonarios españoles ha crecido.

**Connotación:** negativa. Efectos de la crisis económica en una sociedad empobrecida.

## **Lionel Messi**

- (1) *Barcelona's Lionel Messi and father accused of €4m tax fraud in Spain.*

Contenido: el futbolista Lionel Messi y su padre han sido acusados por las autoridades fiscales españolas de defraudar al Estado.

**Connotación:** neutra.

- (2) *Lionel Messi case: dodging taxes in Spain is easier than dodging defenders.*

Contenido: aún no se sabe si Messi es culpable o no por la lentitud del sistema judicial español. En la noticia exponen las cifras sobre el fraude fiscal en España y como tan solo el 10% del fraude fiscal se descubre.

**Connotación:** negativa. Lentitud del sistema judicial español.

## **(h) España con un papel secundario**

Se han hallado noticias donde España su implicación tan solo aparece por la ubicación ya que los protagonistas son ciudadanos extranjeros. Este es el caso de las siguientes noticias:

- (1) *Fugitive who fled court recaptured in Spain.* Contenido denotativo: un británico que saltó desde el muelle y escapó durante su juicio por robo a mano armada de una furgoneta Royal Mail hace cuatro años ha sido arrestado en una redada en una villa de lujo en España.

**Connotación:** positiva. Se pone de manifiesto la colaboración en la lucha de la policía española contra la delincuencia.

- (2) *Gallery of 13 wanted men thought to be fugitives in Spain published.*

Contenido denotativo: las autoridades llevan a cabo una operación para llevar ante la justicia a 13 fugitivos en España. Esta operación ha puesto de relieve



la importancia de la orden de detención europea para los agentes de la ley británicos.

**Connotación:** positiva. Colaboración de la policía española contra la delincuencia.

- (3) *Mother found dead in Spain had been in poor health:* un británico, su mujer y su hija son hallados muertos en la Costa del Sol. Apparently el marido mata a su mujer y a su hija y se suicida.

**Connotación:** neutra.

- (4) *Counterfeiter with perfectionist streak arrested in Spain.* Contenido denotativo: uno de los principales falsificadores de dinero en Europa ha sido detenido por la policía española.

**Connotación:** positiva. Colaboración de la policía española contra la delincuencia.

- (5) *Missing boy with brain tumour likely to be in Spain, police say.* Contenido: la familia King se llevan a su hijo en una fase terminal a España sin la autorización médica. La urgencia de la búsqueda de la Interpol se debe principalmente a que el niño tiene que ser alimentado de manera artificial y la máquina funciona con una batería que tiene que ser recargada.

**Connotación:** neutra.

- (6) *Ashya King's parents in talks with Spanish hospital over treatment plan.* Contenido denotativo: el padre del niño con un tumor cerebral se reúne con un especialista en cáncer en España para discutir un plan de tratamiento urgente para su hijo.

**Connotación:** neutra.

- (7) *Peru drug arrests: Spanish police cast doubt on UK women's claims.* Contenido: la policía española pone en duda las afirmaciones de dos mujeres del Reino Unido detenidas en Perú por el contrabando de cocaína.

**Connotación:** positiva. Ofrecen una imagen de la policía española muy cualificada ante la lucha contra la droga.

### (3) Economía

Las noticias incluidas en esta temática, además de constar las referidas a la situación económica española e internacional, se han introducido las noticias relativas a los negocios y las transacciones económicas.

- (1) *FTSE sees biggest daily fall since last July as Spain and Italy unsettle investors.* Contenido: en un día con un gran volumen en Bolsa, la incertidumbre económica de España y de Italia preocupa a los inversores.  
**Connotación:** negativa. Efectos de la crisis económica.
- (2) *France, Germany and Italy urged to follow Spain's lead to revive Eurozone.* Contenido: España impulsa reformas para reactivar la economía, mientras que otros países, entre ellos Italia no toman medidas para frenar el gasto.  
**Connotación:** positiva. España reactiva su economía.
- (3) *Spain falls further into recession as GDP plunges by 0.8%.* Contenido: el PIB de España bajó hasta el 0.8% debido principalmente a los recortes impuestos por Bruselas. El ministro de hacienda Cristóbal Montoro insiste, sin embargo, en que la economía española ha tocado fondo y que se espera un mejor crecimiento en un futuro cercano.  
**Connotación:** negativa. Profundidad de la crisis económica española.
- (4) *Spain cuts deeper, brushing aside IMF warnings over deficit reduction.* Contenido: el primer ministro Mariano Rajoy anuncia una nueva ronda de austeridad, a pesar de que la UE promete reducir el objetivo de ahorro.  
**Connotación:** negativa. Profundidad de la crisis económica española.
- (5) *Former JP Morgan banker arrested in Spain over 'London Whale' charges.* Contenido: un ex banquero de JP Morgan arrestado en España acusado de tratar de encubrir las pérdidas de miles de millones de libras de Bruno Iksil, señalado como la 'Ballena de Londres'.  
**Connotación:** neutra.
- (6) *Lloyds lifted by Spanish disposal despite £250m loss on the deal.* Contenido: el banco inglés Lloyds se vende con una pérdida de 250 millones de libras. Su negocio de banca minorista en España (sucursales, hipotecas) se vende al Banco Santander.  
**Connotación:** positiva. Ofrece la imagen de solidez de un banco español.

- (7) *Yours for €100m: Spanish airport, mint condition, one careless owner.* Contenido: se subasta el aeropuerto de Ciudad Real. El aeropuerto, a 100 kilómetros de Madrid, se encuentra en perfecto estado debido a que apenas ha sido utilizado.  
**Connotación:** negativa. Efectos de la especulación por parte de la clase política.
- (8) *Spain's black economy booming as GDP continues slow growth.* Contenido: un informe revela que la economía sumergida se ha expandido hasta el 24,6% del PIB, ya que las cifras oficiales muestran un crecimiento económico del cuarto trimestre de 0,3% mientras que el resto de la economía española está estancada.  
**Connotación:** negativa. Se pone de manifiesto la profundidad de la crisis económica española.
- (9) *Spain's poor affected the most among OECD nations in financial downturn.* Contenido: un informe expone que los españoles más ricos apenas les ha afectado la crisis, pero la pobreza infantil ha aumentado tres puntos porcentuales a 21%.  
**Connotación:** negativa. Profundidad de la crisis económica española.
- (10) *Pain in Spain as bank warns of 10-year jobs blight and public debt leaps €8.1bn.* Contenido: el banco español BBVA dice que el desempleo puede tomar una década para recuperarse de la crisis financiera y la deuda pública golpea el 95% del desempleo.  
**Connotación:** negativa. Profundidad de la crisis económica española.
- (11) *Uber taxis pick up driving bans in Spain and Thailand.* Contenido: un juez español decide prohibir a Uber operar en España dando como razón la competencia desleal con el sector del taxi.  
**Connotación:** neutra.
- (12) *Butrón castle auction in Spain offers buyers a chance to live like royalty.* Contenido: en subasta una exclusiva propiedad en el País Vasco, construida a mediados del siglo XIII.  
**Connotación:** positiva. Promoción de una venta en España.
- (13) *Jacuzzi, art deco theatre and leotards up for grabs in Spanish auction.* Contenido: subasta anual de ingresos internos españoles de productos confiscados.

**Connotación:** negativa. Profundidad de la crisis económica española.

- (14) *Almost all Spanish stock market firms use tax havens, report finds.* Contenido: según informe casi todas las empresas españolas utilizan paraísos fiscales.

**Connotación:** negativa. Se proporciona una imagen de corrupción empresarial en este país.

- (15) *Spanish house prices show first annualised rise in six years.* Contenido: los precios de la vivienda en España muestran el primer aumento en seis años.

**Connotación:** positiva. Recuperación económica española.

- (16) *Barclays loses £500m after Spanish banking clearout.* Contenido: Barclays ha hecho una pérdida de 500 millones de libras esterlinas por la venta de su división bancaria española.

**Connotación:** neutra.

- (17) *Spain's unemployment rise tempers green shoots of recovery.* Contenido: el Fondo Monetario Internacional puede haber visto algunos brotes de recuperación en España, pero la tasa de desempleo del país se ha elevado por encima del 26%, según cifras oficiales.

**Connotación:** negativa. La tasa de desempleo modera la recuperación económica española.

- (18) *Spain unemployment soars to record high.* Contenido: con un porcentaje de casi un 27% de parados, tras años de recortes presupuestarios, se llega por primera vez a los 6 millones de desempleados.

**Connotación:** negativa. Sube el desempleo en España.

- (19) *Here Comes the Sun flashmob cheers Spanish unemployment office.* Contenido: un *flashmob* de músicos ha animado la larga cola de una oficina de desempleo española interpretando el famoso tema '*Here Comes the Sun*' de los Beatles.

**Connotación:** Negativa. Desempleo en España.

- (20) *Spain offers new benefit for long-term unemployed.* Contenido: el gobierno pondrá a disposición de las familias desempleadas que han agotado todas las demás formas de ingresos un beneficio de hasta 426 euros al mes.

**Connotación:** positiva. Ayudas al desempleo.

#### **(4) Política**

En esta temática se integran noticias relacionadas no solo con el panorama político nacional, sino también aquellas relativas a la política internacional y a las relaciones diplomáticas.

Esta temática abarca las siguientes sub-categorías:

- (a) Protestas.
- (b) Corrupción
- (c) Gibraltar.
- (d) Escuchas telefónicas de la Agencia Nacional de Seguridad Americana.
- (e) Independentismo en Escocia y Cataluña.
- (f) El presidente del gobierno, Mariano Rajoy.
- (g) Política internacional.
- (h) Otros

##### **(a) Protestas**

- (1) *From Quebec to Spain, anti-protest laws are threatening true democracy.* Contenido: las leyes punitivas del gobierno español contra la protesta son, según los críticos, un ataque a la democracia.

**Connotación:** negativa. Vulneración de un derecho fundamental por parte del gobierno español.

- (2) *Venezuela lashes out at Spain after exports of riot gear.* Contenido: Las leyes punitivas del gobierno contra la protesta: el gobierno venezolano ha cuestionado la "autoridad moral" del gobierno español después de que Madrid suspendiera las exportaciones de anti-disturbios y de equipos policiales.

**Connotación:** positiva. España suspende el material de represión policial.

##### **(b) Corrupción**

- (1) *Spanish authorities arrest 51 top figures in anti-corruption sweep.* Contenido: decenas de funcionarios públicos, burócratas y líderes empresariales han sido arrestados en toda España como parte de una amplia investigación de

corrupción, justo un día después de que el primer ministro Mariano Rajoy redujera la escala de la corrupción en España.

**Connotación:** negativa. Imagen de corrupción política en España.

- (2) *Corrupt Spanish politics faces shock therapy from an angry electorate.*

Contenido: el número de políticos investigados por corrupción en España se acerca a los 2.000. En la noticia el periodista sugiere si es España es o no un país corrupto. A ello responde que no exactamente pero que la corrupción probablemente aparece reiteradamente en la financiación de los partidos políticos, los cambios en las fronteras a nivel local y lo que se conoce como el "fenómeno de la puerta giratoria", políticos que una vez que dejan el cargo se mueven a los consejos de las empresas semipúblicas o privatizadas. Según el periodista estos asuntos podrían abordarse a través de la regulación, pero la rigidez del sistema político de España y el excesivo poder de los grandes partidos lo hacen imposible.

**Connotación:** negativa. Imagen de corrupción política en España

- (3) *Spanish politician who built ghost airport begins jail term for tax fraud.*

Contenido: Carlos Fabra, ex jefe del gobierno provincial de Castellón, entra en prisión para cumplir una sentencia de cuatro años por fraude fiscal.

**Connotación:** negativa. Imagen de corrupción política en España.

- (4) *Spain's biggest corruption trial ends with 53 people convicted.*

Contenido: el mayor juicio de corrupción de España en Marbella termina con 53 condenados por fraude inmobiliario, entre los que se incluyen antiguos alcaldes, numerosos concejales y un aristócrata alemán.

**Connotación:** negativa. Corrupción política en España.

- (5) *Anger at Spanish political corruption must be converted into action at last.*

Contenido: las prácticas de corrupción parecen ser rutinarias ya que estas salpican a la organización política, la judicatura, la policía hasta la corona.

**Connotación:** negativa. Corrupción política en España.

### (c) Gibraltar

- (1) *Spain denies patrol boat shot at British jet skier off Gibraltar.*

Contenido: el Ministerio de Asuntos Exteriores de España niega la denuncia del gobierno del Reino Unido sobre presunto incidente que involucra a la guardia civil. A

pesar de que no existen indicios ni se contrasta este presunto incidente, la noticia ofrece información en los dos últimos párrafos que recuerdan el Tratado de Utrecht por el que España pierde Gibraltar; posteriormente, señalan la alta tasa de paro en España que hace que muchos ciudadanos tengan que viajar a trabajar diariamente a Gibraltar (casi un 40% de paro en la zona) y finalmente, se subraya el gesto negativo de la Reina emérita Sofía hacia la realeza británica.

**Connotación:** negativa. Las reivindicaciones de España sobre Gibraltar son ilegítimas. Gibraltar es una fuente de trabajo para los españoles en paro y por último, menciona una afrenta de la casa real española contra la británica.

- (2) *Gibraltar squabble: centuries of pain for Spain.* Contenido: desde una perspectiva histórica, se explica como la posesión de Gibraltar ha sido y sigue siendo un problema en las relaciones entre Londres y Madrid.

**Connotación:** negativa. Se reivindica una vez la soberanía de Gran Bretaña sobre Gibraltar reafirmado sobre diferentes hechos históricos, el último de los cuales estuvo desencadenado por la visita del ministro de exteriores de España.

- (3) *Gibraltar: David Cameron says UK will not compromise with Spain.* Contenido: la preocupación del primer ministro, David Cameron, por la creciente tensión con España sobre Gibraltar, debido a las medidas que pretende imponer Madrid (tasa por cruzar la frontera, cierre del espacio aéreo a los aviones que utilizan el aeropuerto de Gibraltar, una mayor vigilancia del contrabando y un impuesto a los ciudadanos de Gibraltar que tengan propiedades en España).

**Connotación:** negativa. España se muestra como un país controlador e impositivo que va en contra de los intereses de los ciudadanos británicos.

- (4) *With Gibraltar, and Spain's Moroccan outposts, domestic politics is everything.* Contenido: la noticia mantiene como Peter Hain, exministro de trabajo, discute en la radio de manera inconsciente la posibilidad de que Gran Bretaña conceda cierta "soberanía conjunta" a España en la revivida disputa sobre Gibraltar. Se hace una comparación entre los casos de Gibraltar, las Malvinas y Ceuta. Asimismo, se repite la información de la noticia anterior, haciendo mención al Tratado de Utrecht, a los españoles que viajan diariamente al Peñón a trabajar, etc. La noticia manifiesta que las aspiraciones

de España van en contra de la legalidad internacional del momento. Además, se hace una evaluación de la política de Rajoy, que se caracteriza por tomar medidas agresivas en temas sociales y económicos y también sobre Gibraltar. Se enfatiza que España está viviendo un momento de corrupción tanto en la política como en la realeza.

**Connotación:** negativa. Se reafirman los modelos sobre corrupción y la visión de España como un país controlador e impositivo que va en contra de los intereses de los ciudadanos británicos. Ponen de manifiesto el carácter nacionalista del gobierno español.

- (5) *Gibraltar considers legal action in Spain dispute.* Contenido: después de que Gibraltar extienda un arrecife artificial sobre aguas en disputa con España, el gobierno de Gibraltar informa de las contramedidas del gobierno español y menciona una futura denuncia.

**Connotación:** negativa. Imagen agresiva de España en un conflicto diplomático.

- (6) *Gibraltar row: Spain is using the latest spat to drown out corruption scandal at home.* Contenido: España recuerda al gobierno inglés que Gibraltar es un paraíso fiscal. Sin embargo, el diario sostiene que las acusaciones del gobierno español carecen de autoridad moral porque utilizan el conflicto para desviar la atención mediática de sus acusaciones de corrupción.

**Connotación:** negativa. Uso interesado del gobierno español de la política exterior y la imagen de los políticos españoles como corruptos.

- (7) *Gibraltar: Britain mulls 'unprecedented' legal action against Spain.* Contenido: las contramedidas de España debido la disputa del arrecife artificial. David Cameron estudia una acción legal contra España sobre la imposición de controles de fronteras "políticamente motivados y desproporcionados" con Gibraltar.

**Connotación:** negativa. Imagen agresiva de España en un conflicto diplomático.

- (8) *Britain and Gibraltar explore legal case against Spain over border delays.* Contenido: las colas en la frontera debido a las contramedidas tomadas por España vulneran los derechos humanos. Reino Unido envía un tercer buque de guerra por estos controles del gobierno español.



**Connotación:** negativa. Acusa al gobierno español de una posible violación de los derechos humanos.

- (9) *Spain 'misinformed' over Gibraltar reef.* Contenido: las demandas de España para que Gibraltar desmantele el arrecife artificial han sido desmanteladas por el creador del arrecife después de que no se hayan hecho denuncias en más de 30 años. Además, exponen que su construcción beneficia principalmente a la industria pesquera española.

**Connotación:** negativa. Acusan al gobierno español de desinformar sobre la intención original del arrecife.

- (10) *Gibraltar criticises Spain for sending divers to inspect reef.* Contenido: Gibraltar ha acusado a España de violar la soberanía británica enviando buzos para inspeccionar un arrecife artificial en las aguas costeras de Gibraltar.

**Connotación:** negativa. Acusan a España de tomar medidas en política exterior motivadas por la política local.

- (11) *Gibraltar border row: no evidence of Spain breaking EU law, say inspectors.* Contenido: la comisión enviada por la Unión Europea no encuentra los controles de España en la frontera con Gibraltar desproporcionados. El gobierno inglés mantiene que el gobierno español relajó las restricciones durante la visita de la comisión.

**Connotación:** negativa. Acusan a España de esconder sus acciones ante la Unión Europea.

- (12) *Gibraltar row: Spain vows not to open any more UK diplomatic bags.* Contenido: España promete no volver a repetir su "grave interferencia" con la correspondencia oficial de Gran Bretaña después de que sus funcionarios abrieran dos bolsas del gobierno en la frontera con Gibraltar

**Connotación:** negativa. Acusan de España de incompetencia y de provocar un conflicto diplomático.

- (13) *Gibraltar: Spanish fishermen call for dialogue.* Contenido: pescadores y trabajadores españoles han condenado la presión ejercida sobre Gibraltar por el gobierno español y han pedido la interrupción de las colas en la frontera entre España y el territorio británico.

**Connotación:** negativa. Ciudadanos españoles se posicionan en contra de las medidas del gobierno español y a favor de los argumentos de Gibraltar.

- (14) *Gibraltar row: No 10 says Spanish PM has promised to reduce border delays.* Contenido: David Cameron ha intervenido personalmente en la disputa con España por retrasos "inaceptables" en la frontera con Gibraltar después las crecientes tensiones diplomáticas en los últimos días entre los dos países.  
**Connotación:** negativa. Uso interesado de la política exterior del gobierno español.
- (15) *Gibraltar leader flies to UK as Spanish mayor posts 'invasion' image.* Contenido: a la vez que el primer ministro de Gibraltar, Fabián Picardo viaja a Londres para conversar con el primer ministro y secretario de Relaciones Exteriores sobre las amenazas de Madrid al territorio, un alcalde del municipio de Callosa de Segura en Valencia publica una imagen satírica la roca invadida por las tropas y aviones de guerra españoles.  
**Connotación:** negativa. Se da una imagen de falta de seriedad de los políticos españoles.
- (16) *Gibraltar police investigate claims of border assault on Spanish officers.* Contenido: la policía de Gibraltar investiga las denuncias de los ataques y abusos verbales a la policía durante los controles fronterizos.  
**Connotación:** negativa. Las contramedidas de los españoles repercuten en la propia seguridad en la frontera.
- (17) *Gibraltar border controls examined by EC amid UK-Spanish tensions.* Contenido: funcionarios de la Comisión Europea han comenzado a inspeccionar los controles fronterizos en Gibraltar tras las denuncias de los retrasos excesivos causados por los funcionarios españoles que llevaron a una disputa verbal con Gran Bretaña.  
**Connotación:** negativa. Un conflicto debido al mal uso de la política exterior ha provocado la intervención de la Unión Europea.
- (18) *Spanish prime minister raises 'anachronism' of Gibraltar at UN.* Contenido: Mariano Rajoy describe el estatus de Gibraltar como "anacronismo" en un discurso ante la asamblea general de las Naciones Unidas.  
**Connotación:** negativa. El gobierno español lleva a las Naciones Unidas su conflicto diplomático buscando apoyo contra el colonialismo.

- (19) *EU calls for crackdown on tobacco smuggling between Spain and Gibraltar.*

Contenido: la Unión Europea manifiesta que hay pruebas fehacientes del tráfico de tabaco entre Gibraltar y España.

**Connotación:** positiva. La Unión Europea apoya a España en una de las razones para el aumento de la presión en los controles fronterizos.

- (20) *UK summons Spanish ambassador after ships enter Gibraltar waters.*

Contenido: Gran Bretaña ha convocado el martes al embajador español tras la "incursión provocadora" de un barco en las aguas de Gibraltar.

**Connotación:** negativa. Se acusa a España de provocar un conflicto diplomático.

#### **(d) Escuchas telefónicas de la Agencia Nacional de Seguridad Americana**

- (1) *Spain summons US ambassador over claim NSA tracked 60m calls a month.*

Contenido: Rajoy pide explicaciones al embajador americano por las supuestas escuchas telefónicas realizadas por la Agencia de Seguridad Nacional.

**Connotación:** positiva. España responde ante lo que considera una agresión a su soberanía. La imagen que puede transmitir es de un país que se hace respetar.

- (2) *Spain announces inquiry into alleged surveillance of citizens' by NSA.*

Contenido: investigan si los responsables de las supuestas escuchas telefónicas y la lectura de correos electrónicos por la NSA podrían ser procesados bajo la ley española.

**Connotación:** positiva. Se reafirma la defensa de la soberanía española y de la intimidad de sus ciudadanos.

- (3) *Spain colluded in NSA spying on its citizens, Spanish newspaper reports.*

Contenido: las escuchas telefónicas de la Agencia Nacional de Seguridad de Estados Unidos fueron realizadas con la colaboración de los servicios de inteligencia españoles. Por otro lado, si bien España posee unas leyes muy estrictas sobre la privacidad se sugiere que estas no se cumplen

**Connotación:** negativa. Violación de la intimidad de los ciudadanos españoles por parte de Estados Unidos y del propio servicio de inteligencia español lo cual da un giro a las interpretaciones anteriores.

### (e) Independentismo en Escocia y Cataluña

- (1) *Spain set to reject Catalonia's request for independence referendum.*  
Contenido: Cataluña sigue insistiendo en la celebración de un referéndum sobre la independencia, mientras que el parlamento español y el primer ministro, Mariano Rajoy, siguen declarando inconstitucional.  
**Connotación:** negativa. Imagen de enfrentamiento y de desacuerdo entre el gobierno y Cataluña.
- (2) *Spain says it could take independent Scotland years to win EU membership.*  
Contenido: el gobierno español califica la perspectiva de la independencia de Escocia como catástrofe ya que empeoraría la crisis económica y la desintegración de Europa. El texto deja patente la preocupación de algunos países europeos por el independentismo. Se subrayan las consecuencias negativas y se avisa del tiempo que transcurriría para que Escocia pudiera convertirse en un país de la Unión Europea. Se recoge además la voluntad de Escocia de seguir dentro de la Unión.  
**Connotación:** positiva. España es un país que apoya la unidad europea.
- (3) *Scotland chose best option, says Spain's PM as Catalan campaign continues.* Contenido: Mariano Rajoy, horas antes de que los diputados catalanes voten en un referéndum de independencia, declara que Escocia ha evitado las "graves consecuencias" de la separación.  
**Connotación:** positiva. España es un país que apoya la unidad europea.
- (4) *Catalonia independence referendum halted by Spain's constitutional court.*  
Contenido: el Tribunal Constitucional de España suspendió el referéndum previsto en Cataluña, deteniendo así toda la campaña y los preparativos para la votación sobre la independencia, apenas dos días después de que fuera oficialmente convocado por el líder catalán Artur Mas.  
**Connotación:** neutra. Se muestran las opiniones de ambas partes sin un claro posicionamiento.
- (5) *Europe must address Spain-Catalonia issue / @guardianletters.* Contenido: se trata de una carta escrita por el nieto de un exiliado español de la Guerra Civil en la que se queja de la falta de cobertura por parte *Theguardian.com*

del independentismo catalán y de la ausencia de intervención de la Unión Europea.

**Connotación:** neutra.

- (6) *The Guardian view on Spain's mishandling of the referendum movement in Catalonia.* Contenido: se reclama el voto para justificar la permanencia de Cataluña dentro de España.

**Connotación:** negativa. Se transmite que España no quiere ninguna consulta popular.

- (7) *Spanish PM and Catalonia leader hold talks over referendum plan.* Contenido: Diálogo entre Rajoy y Mas. n los últimos meses, preocupados porque la salida de la secesión podría obstaculizar la frágil economía de España a medida que emerge de su peor crisis económica en una generación. Cataluña produce una cuarta parte de las exportaciones del país, convirtiendo a la región en un importante motor de crecimiento en el país. Finalmente, se hacen eco de la revelación de corrupción de la familia Pujol.

**Connotación:** negativa.

- (8) *Catalans defy Spanish government and call independence vote.* Contenido: el conflicto entre Madrid y Barcelona en torno a la independencia rompe con la sociedad catalana, separa a los catalanes y los aleja de Europa. Se refieren a Cataluña como una “rica región”. El gobierno central insiste en que cualquier votación regional sobre la independencia sería ilegal.

**Connotación:** negativa. En la noticia se presenta al gobierno de España como poco flexible ante una demanda que presentan como razonable.

- (10) *Spanish government asks court to block Catalan referendum.* Contenido: el gobierno español pide al Tribunal Constitucional que bloquee el referéndum de Cataluña.

**Connotación:** negativa. En esta noticia se intenta hacer énfasis en proporcionar una imagen de España en la que se produce una instrumentalización de la justicia.

**(f) Noticias sobre el presidente del gobierno, Mariano Rajoy.**

- (1) *In Spain, only revenge is holding Mariano Rajoy to account.* Contenido: Mariano Rajoy se niega a abordar el escándalo de la financiación ilegal que sacude al Partido Popular. En la noticia se refieren al “triste estado de la política española: “la desnuda venganza personal parece haberse convertido en el único sustituto disponible para la rendición de cuentas”.

**Connotación:** negativa. Se intenta dar la imagen de un país en el que se ha producido una supuesta corrupción en el partido del gobierno español.

- (2) *Spanish PM prepares to face allegations over favours and slush fund.* Contenido: Bárcenas y los supuestos pagos ilegales de grandes empresas a cambio de un trato favorable en el Partido Popular. Califican a Rajoy de político astuto pese a carecer de carisma. Además, destacan que a pesar de los llamamientos para su renuncia, no parece haber intenciones inmediatas para reemplazarlo.

**Connotación:** negativa. Se intenta dar la imagen de un país en el que se ha producido una supuesta corrupción en el partido del gobierno español.

- (3) *Spain PM denies taking illegal funds but admits handling scandal badly.* Contenido: Rajoy declara al parlamento que su error fue apoyar a Bárcenas, el ex-tesorero encarcelado de su partido, que se enfrenta a un juicio por soborno, evasión de impuestos y otros delitos. Rubalcaba hizo hincapié en la duración de la participación de Bárcenas con el Partido Popular.

**Connotación:** negativa. De forma reiterada, se intenta dar la imagen de un país en el que se ha producido una supuesta corrupción en el partido del gobierno español.

**(g) Política Internacional**

- (1) *UK cuts less severe than those of US, France and Spain, says Nick Clegg.* Contenido: Nick Clegg expresa que las medidas de austeridad del Reino Unido son menos severas que las de Estados Unidos, Francia y España.

**Connotación:** negativa. Profundidad de la crisis económica.

- (2) *Spanish politician claims he had to hold back in Europe debate with woman.* Contenido: El ex ministro de Agricultura, Arias Cañete, realiza unos

comentarios sexistas hacia su oponente femenino en las elecciones europeas.

**Connotación:** negativa. Machismo en la política española.

- (3) *Six Pakistani police officers are shot dead protecting Spanish cyclist.*

Contenido: intentan secuestrar a un ciclista español en Pakistán y seis oficiales de policía son asesinados mientras trataban defenderlo.

**Connotación:** negativa. Señalan que el español intentaba recorrer una de las zonas más peligrosas del país; tras lo ocurrido el ciclista declaró su intención de continuar con su viaje.

- (4) *Spanish journalist abducted in Syria.* Contenido: un corresponsal de guerra español es secuestrado por rebeldes yihadistas en Siria.

**Connotación:** neutra.

- (5) *Two Spanish journalists kidnapped in Syria.* Contenido: dos periodistas españoles son secuestrados en Siria por un grupo islámico vinculado a al-Qaeda.

**Connotación:** neutra.

- (6) *Wife breaks silence over Spanish journalist's kidnap in Syria.* Contenido: la mujer de uno de los periodistas secuestrados se pronuncia al respecto del conflicto que afecta a la profesión y menciona la falta de efectividad por parte de los gobiernos.

**Connotación:** negativa. Imagen de falta de actuación e ineficacia por parte del gobierno español.

- (7) *Spanish journalist freed by Syrian captors after six months.* Contenido: el periodista español Marc Marginedas, secuestrado en Siria por un grupo islámico vinculado a Al Qaeda, ha sido puesto en libertad.

**Connotación:** neutra.

- (8) *Spanish journalists freed in Syria after six-month ordeal.* Contenido: dos periodistas españoles secuestrados en el norte de Siria han sido liberados poniendo fin a seis meses de cautiverio en manos de un grupo extremista islámico que continúa manteniendo a más de 40 rehenes occidentales.

**Connotación:** neutra.

#### (h) Otros

- (1) *Spain: People's party triumphs while smaller parties make gains.* Contenido: el Partido Popular de España derrotó por un estrecho margen a los socialistas en las elecciones europeas, pero con los partidos insurgentes más pequeños van ganando votos.

**Connotación:** Neutra.

- (2) *Spain shows that the 'anti-politics' vote is not a monopoly of the right.* Contenido: Podemos, el recientemente formado grupo anti-austeridad y anti-elite, con un pequeño presupuesto de campaña, consiguió más de 1 millón de votos en España.

**Connotación:** neutra.

- (3) *Spanish government questioned over claims of divine help in economic crisis.* Contenido: los políticos cuestionan la presunción de ayuda divina durante crisis económica. Asimismo, la noticia hace hincapié en que Santa Teresa fue una de las favoritas del general Franco, además de señalar que la crisis económica ha dejado a uno de cada cuatro españoles en busca de trabajo y son casi 700.000 los hogares en pobreza severa.

**Connotación:** negativa. Imagen de una España retrograda

### (3) Sanidad

Esta área se ha dividido en dos apartados:

- (a) Ébola
- (b) Otros

#### (a) Ébola

- (1) *Ebola: Spanish missionary infected with virus in Liberia flown to Spain.* Contenido: virus del Ébola y el misionero español contagiado.

**Connotación:** neutra.

- (2) *Ebola: Spanish missionary dies of disease after being flown to Madrid.* Contenido: fallecimiento del misionero español que contrajo el virus Ébola en Liberia y fue repatriado a España para recibir tratamiento.

**Connotación:** neutra.



- (3) *Ebola unavoidable in Europe, says WHO as Spain rushes to contain case.*

Contenido: las autoridades en el país se han apresurado en contener el primer caso de infección por Ébola en el país.

**Connotación:** negativa. España se apresura pudiendo causar un riesgo.

- (4) *Spain defends Ebola repatriations.* Contenido: Mientras que una enfermera española se convierte en la primera persona en contraer el virus del Ébola fuera de África occidental, el ministro de Asuntos Exteriores de España defiende la decisión del gobierno de repatriar a dos españoles con Ébola. El diario se hace eco del intento fallido de evitar el sacrificio del perro de la enfermera contagiada con el virus a pesar de la protesta global para impedirselo a las autoridades sanitarias de España. En contraposición, aluden al caso de las autoridades estadounidenses que han prometido salvar al perro del trabajador sanitario contagiado en su país.

**Connotación:** negativa.

- (5) *All four suspected Ebola cases in Spain test negative for the disease.* Contenido: las autoridades informan que los cuatro casos sospechosos de Ébola ingresados en los hospitales de España han dado negativo en el virus.

**Connotación:** neutra.

- (6) *Spanish nurse Ebola infection blamed on substandard gear and protocol lapse.*

Contenido: El personal del hospital Carlos III señala que los trajes de protección que recibieron no cumplían con los estándares de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Sin embargo, las autoridades sanitarias españolas han dicho que los profesionales que tratan a los pacientes con Ébola en España siempre siguen los protocolos de la OMS.

**Connotación:** negativa.

- (7) *Threat to euthanise pet dog of Spanish nurse with Ebola sparks online campaign.* Contenido: los amantes de los animales denuncian la solicitud de las autoridades de sacrificar a Excalibur por temor a que el perro pueda portar virus del Ébola.

**Connotación:** negativa.

- (8) *Spanish nurse reported Ebola symptoms many times before being quarantined.*

Contenido: la enfermera contagiada con el virus se queja del primer trato sanitario recibido, ya que no se tomaron las medidas adecuadas.

**Connotación:** negativa. Se denuncian las deficiencias en el sistema sanitario español.

- (9) *Spanish Ebola case requires rapid response to allay western fears.* Contenido: la necesidad de determinar exactamente cómo se infectó la enfermera madrileña para evitar historias inexactas que circulan por Internet.

**Connotación:** neutra.

- (10) *Ebola crisis: Spanish health workers attack poor training for combating virus.* Contenido: Los profesionales sanitarios españoles señalan la escasa formación ofrecida al personal contra el virus del Ébola.

**Connotación:** negativa. Falta de formación a los profesionales sanitarios españoles.

- (11) *Spanish Ebola patient's condition worsens as seven people are quarantined.*

Contenido: informan que son ya cuatro personas más puestas en cuarentena en el hospital Carlos III. La noticia recoge el testimonio de un médico acerca de la falta de formación recibida al respecto.

**Connotación:** neutra.

- (12) *Ebola: Spanish nurse making "giant steps" towards recovery.* Contenido: los doctores informan que la enfermera, Teresa Romero, ha mejorado y que pronto podría dar negativo a la enfermedad.

**Connotación:** neutra.

- (13) *Spanish nurse who contracted Ebola may be clear of the disease.* Contenido: las autoridades sanitarias informan que la enfermera española que contrajo Ébola después de cuidar a dos misioneros repatriados parece haber superado enfermedad.

**Connotación:** neutra.

- (14) *Spanish nurse free of Ebola after more than two weeks in hospital.* Contenido: Tras dos semanas en el hospital, la enfermera española que contrajo Ébola no tiene rastro del virus en la sangre.

**Connotación:** neutra.

## **(b) Otras noticias sobre la sanidad**

- (1) *A glass of wine a day may be good for mental health, Spanish study finds.*

Contenido: un estudio español sobre las propiedades beneficiosas del vino.

**Connotación:** positiva. Divulgación de investigaciones españolas.

- (2) *Spanish nurses protest about cancer patients moved to maternity ward.*

Contenido: enfermeras de un hospital de Madrid advierten de los riesgos para las madres y los recién nacidos ya que los pacientes con cáncer e infecciones respiratorias son habitualmente trasladados a maternidad. La causa principal es la caída de la tasa de natalidad en España.

**Connotación:** negativa. Mala gestión de los hospitales públicos que supone un grave peligro.

- (3) *Spain's Ehic refusal prompts legal action from European Commission.*

Contenido: las firmas de seguros británicas presentan denuncias ya que España dice a los turistas ingleses que reclamen el costo de la atención médica de su aseguradora, incluso si tienen la tarjeta sanitaria europea.

**Connotación:** negativa. Se acusa a España de cometer una irregularidad sobre la validez de la tarjeta sanitaria europea con el fin de no pagar los seguros a los turistas ingleses.

## (6) Educación

Se han hallado dos únicas noticias sobre el sistema educativo español:

- (1) *A-level results show rise in science, mathematics and Spanish entries.*

Contenido: un aumento en el nivel de aprendizaje del español.

**Connotación:** positiva.

- (2) *Graduates in Italy and Spain have low basic skills, says OECD report.*

Contenido: La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) mantiene en un informe que los diplomados universitarios en Italia y en España poseen unas competencias básicas muy bajas, y señalan que el panorama va acorde con unos altos niveles de desempleo en los países del sur de Europa.

**Connotación:** negativa. Se ponen de manifiesto las deficiencias en el sistema educativo español.

- (3) *Spanish students hit by cuts to European funding scheme*. Contenido: Tanto la Unión Europea como el gobierno español recortan en el presupuesto de becas Erasmus.

**Connotación:** negativa. Recortes en la educación española.

## **(7) Meteorología**

Tan solo se ha hallado una noticia sobre el tiempo en Inglaterra que califica con el término “español”:

- (1) *“Spanish plume heats up England for one day only”*. Contenido: noticia sobre un fenómeno meteorológico que se desplaza desde España.

Connotación: neutra.

En la tabla que se presenta a continuación se presenta las secciones y subsecciones temáticas de las noticias sobre España:

(1) Cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Gestión cultural, arte, cine y música.</li> <li>b) Gastronomía y enología.</li> <li>c) Historia.</li> <li>d) Teatro, lengua y literatura.</li> <li>e) Turismo.</li> <li>f) Televisión, fotografía y medios de comunicación.</li> <li>g) Tradiciones culturales y antropología.</li> <li>h) Fauna.</li> </ul>
(2) Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>(a) Monarquía.</li> <li>(b) Inmigración.</li> <li>(c) Huelgas y protestas.</li> <li>(d) Sucesos.</li> <li>(e) Aborto.</li> <li>(f) Medioambiente.</li> <li>(g) Otros.</li> <li>(h) España con un papel secundario.</li> </ul>
(3) Economía	<ul style="list-style-type: none"> <li>(a) Situación económica española e internacional.</li> <li>(b) Negocios y transacciones económicas.</li> </ul>
(4) Política	<ul style="list-style-type: none"> <li>(a) Protestas.</li> <li>(b) Corrupción.</li> <li>(c) Gibraltar.</li> <li>(d) Escuchas telefónicas de la Agencia Nacional de Seguridad Americana.</li> </ul>

	(e) Independentismo en Escocia y Cataluña. (f) El presidente del gobierno, Mariano Rajoy. (g) Política internacional. (h) Otros.
(5) Sanidad	(a) Ébola. (b) Otros.
(6) Educación	
(7) Meteorología	

Tabla nº 4. Secciones y sub-secciones temáticas de las noticias sobre España

### 3.2.1.1.2. Clasificación temática, resumen y connotaciones sobre Italia

#### Cultura

Los contenidos de las noticias sobre Italia respecto a Cultura son los siguientes:

- (a) Gestión cultural, arte, cine y música.
- (b) Gastronomía y enología.
- (c) Historia.
- (d) Teatro, lengua y literatura.
- (e) Turismo.
- (f) Televisión, fotografía y medios de comunicación.
- (g) Botánica.
- (h) Moda.

Al igual que con las noticias sobre España, habría una correspondencia con las secciones en *Theguardian.com* con *Culture, Lifestyle, Fashion y Travel*.

## (a) Gestión cultural, arte, cine y música

### Gestión cultural:

- (1) *Italy to bring private sector into its museums in effort to make a profit.*

Contenido: el gobierno del primer ministro Matteo Renzi propone una iniciativa en la que Italia recurra al sector privado para tratar de aumentar la rentabilidad de algunos de sus “tesoros culturales”; entre ellos incluye la galería *Uffizi* en Florencia y la galería *Borghese* en Roma. Se hacen eco de la difícil situación que viven los museos en el país. Toman las declaraciones del ministro de cultura, Dario Franceschini, que se refiere a este como “moribundo sector del turismo italiano”. Sin embargo, algunos se muestran críticos ya que consideran que se está dirigiendo hacia una imagen que “abastece al turismo de consumo”.

**Connotación:** negativa. Panorama negativo de la gestión cultural italiana.

- (2) *Titular: After 30 years, Italian museum opens – and shuts.* Contenido: las luchas financieras retrasan la apertura de Museo Arqueológico Nacional de Altino. Tras la ceremonia de inauguración, el museo volvió a cerrarse.

**Connotación:** negativa. Ineficacia de Italia en la gestión del patrimonio cultural.

- (3) *Michelangelo's David pictured holding rifle in American advert, to Italy's fury.*

Contenido: una compañía americana de ingeniería de armas ha provocado la ira del ministro de cultura italiano al considerar que el uso de la imagen publicitaria de la estatua del David armado “ofende e infringe la ley”. No solo también ha provocado la indignación del ministro, también las de otros miembros de la política y del patrimonio cultural que se han pronunciado al respecto.

**Connotación:** positiva. Italia defiende su imagen cultural en el exterior.

### Arte

- (1) *Stolen paintings hung on Italian factory worker's wall for almost 40 years.*

Contenido: pinturas robadas de Gauguin y Bonnard aparecen en una fábrica italiana después de 40 años.

**Connotación:** neutra.

- (2) *Italian art historian claims magnificent Caravaggio masterpiece found.*

Contenido: uno de los historiadores de arte más eminentes de Italia afirma

haber resuelto el misterio al identificar al atribuir una pintura previamente desconocida en una colección privada como una obra maestra de Caravaggio. Mientras que otro experto declara mantener cautela sobre la afirmación, un portavoz del Ministerio de Cultura italiano se ha negado a comentar sobre el asunto.

**Connotación:** positiva. Divulgación de los estudios sobre arte italiano

- (3) *Jeffrey Smart, urban landscape artist, dies in Italy aged 91*. Contenido: un paisajista urbano muere en Italia.

**Connotación:** neutra.

## Cine

- (1) *Don Jon: Italian-American pressure group won't forget about it*. Contenido: “estereotipos racistas” sobre los italianos en una película en el Festival de Sundance.

**Connotación:** negativa. Se transmite la imagen de Italia como un país racista.

- (2) *Film today: Italians stunned by 'racist' Don Jon*. Contenido: “estereotipos racistas” sobre los italianos en una película en el Festival de Sundance.

**Connotación:** negativa. Se transmite la imagen de Italia como un país racista.

- (3) *Orson Welles's first professional film discovered in an Italian warehouse*. Contenido: descubierta la primera película profesional de Orson Welles en un almacén italiano.

**Connotación:** neutra.

- (4) *Cinema Paradiso – watch the classic Italian film on demand*. Contenido: presentación de la película Cinema Paradiso por su 25 aniversario de su estreno.

**Connotación:** positiva. Divulgación y promoción del cine italiano

- (5) *Cannes: A Castle in Italy (Un Chateau en Italie)*. Contenido: película de Valeria Bruni-Tedeschi presentada en el festival de Cannes.

**Connotación:** negativa. Crítica negativa de una película italiana.

- (6) *Italians have to endure subtitles as film industry is hit by dubbers' strike*. Contenido: huelga de doblaje de actores, escritores de diálogos, asistentes y directores en Italia.



**Connotación:** negativa. Protesta de un del sector del cine italiano.

- (7) *Paolo Sorrentino to make TV series about fictional Italian-American pope.*

Contenido: el director Paolo Sorrentino, ganador de un Oscar, planea una serie de televisión sobre un papa ficticio ítalo-estadounidense.

**Connotación:** positiva. Divulgación de una programación de calidad en la televisión italiana.

- (8) *James Gandolfini: master Soprano, dies of suspected heart attack in Italy.*

Contenido: la muerte del actor James Gandolfini.

**Connotación:** neutra.

## Música

- (1) *Berlioz, Liszt: Harold in Italy review -a connoisseur's recital.* Contenido: una interpretación sobre una obra de Berlioz y Liszt.

**Contenido:** neutra.

## Gastronomía y enología

- (1) *Why is Britain obsessed with Italian restaurants?* Contenido: la popularidad de los restaurantes italianos en Gran Bretaña. El sitio web *Manchester Confidential* acuña el acrónimo YAFI, *Yet Another Fucking Italian*, para referirse a la “epidemia” de restaurante italianos en Gran Bretaña.

**Connotación:** negativa. Crítica de la comida italiana que se califica como barata y de poca calidad.

- (2) *Hit and run: the lost art of making the perfect Italian espresso.* Contenido: instrucciones sobre cómo hacer el perfecto café italiano.

**Connotación:** positiva. Promoción de la calidad del café italiano.

- (3) *Gino's Italian Escape review-handsome beefsteak lightly seasoned with innuendo.* Contenido: el chef Gino explica cómo cocinar la *bistecca alla Fiorentina*.

**Connotación:** positiva. Divulgación de la calidad de un plato típico italiano.

- (4) *Massimo Bottura: The mercurial chef who reinvented Italian food.*

Contenido: entrevista al chef número 3 del mundo, al que se refieren como “Un poeta en la cocina y un artista en el plato”.

**Connotación:** positiva. Divulgación de la fama de los chefs italianos.

- (5) *Never Trust a Skinny Italian Chef*. Contenido: Entrevista al chef Bottura sobre su libro de cocina italiana. Se refieren a su restaurante de Módena como de uno de los restaurantes más respetados del mundo.  
**Connotación:** positiva. Divulgación de la calidad de la gastronomía en Italia.
- (6) *Italian culture minister's comments about food leaves chefs simmering*. Contenido: la ministra de cultura italiana recibe críticas por sus comentarios negativos hacia los chefs de su país.  
**Connotación:** negativa. Se cuestiona la calidad de la comida italiana por parte de la ministra de cultura de este país.
- (7) *The foodie traveller: savoury cocktails Italy*. Contenido: nueva moda italiana de introducir comida gourmet en cocktails.  
**Connotación:** positiva. Divulgación de las tendencias gastronómicas en Italia.
- (8) *Glasgow's coffees have more kick than those in Italy and Spain*. Contenido: el café italiano en comparación con el español y el de Glasgow.  
**Connotación:** neutra.
- (9) *Italian archaeologists have grape expectations of their ancient wine*. Contenido: los arqueólogos italianos elaboran el vino como los antiguos romanos.  
**Connotación:** positiva. Divulgación de una investigación de una universidad italiana.
- (10) *Italy's Valpolicella wine route: top 10 guide*. Contenido: ruta de vinos por Valpolicella.  
**Connotación:** positiva. Promoción de los vinos italianos.

## Historia

- (1) *Italians unveil long-lost tomb medallion of Scottish MP*. Contenido: italianos encuentran un medallón de una figura histórica escocesa.  
**Connotación:** neutra.
- (2) *Italy remembers cycling champion who helped save Jews from the Nazis*. Contenido: un ciclista italiano que salvo la vida a judíos de los nazis.  
**Connotación:** positiva. Imagen de Italia como un país con ciudadanos heroicos que se enfrentaron a los nazis.

## Lengua y literatura

- (1) *Who is the real Italian novelist writing as Elena Ferrante?* Contenido: Elena Ferrante, un seudónimo que se ha convertido en una de las “voces literarias contemporáneas más emocionantes y convincentes de su país”. Sin embargo, se hacen eco del sexismo que existe ante el misterio de quien es la escritora que hay quien dijo que si es tan buena, es que “deber ser el seudónimo de un hombre”.

**Connotación:** positiva/negativa. Por una parte, se promociona la calidad de la literatura italiana y por otra se hace alusión a que en Italia para triunfar debes poner la autoría de un hombre. Es decir, se presenta como un país en el que sigue imperando el machismo.

## Turismo:

- (1) *Holidays in Italy – live Q&A.* Contenido: consejos en directo para quien desee pasar las vacaciones en Italia y se encuentre indeciso con tanta belleza sobre la que elegir.

**Connotación:** positiva. Divulgación y promoción de destinos turísticos en Italia.

- (2) *South Italy's top 10 budget beach hotels.* Contenido: vacaciones en Italia, hoteles de playa del sur de Italia.

**Connotación:** positiva. Divulgación y promoción de destinos turísticos en Italia.

- (3) *Volunteering in Italy: washing up and witch burning.* Contenido: voluntariado en un restaurante en el norte de Italia a cambio de alojamiento y comida durante la celebración de una extraña tradición cultural italiana, la quema de brujas, cuyo origen se desconoce.

**Connotación:** positiva. Promoción de un destino italiano.

- (4) *Italian alpine guides fear hotel-led tours will put tourists at risk.* Contenido: los guías alpinos italianos temen que los tours dirigidos por el hotel pongan en riesgo a los turistas.

**Connotación:** negativa. Precarización de un sector laboral italiano.

- (5) *Holiday guide to Calabria, Italy: the best beaches, bars, restaurants and hotels.* Contenido: consejos de los lectores sobre los sitios más destacables en Italia.

**Connotación:** positiva. Divulgación y promoción de destinos turísticos en Italia.

- (6) *Highlights of Calabria, Italy: readers travel tips.* Contenido: consejos de los lectores sobre los sitios más destacables en Italia.

**Connotación:** positiva. Divulgación y promoción de destinos turísticos en Italia.

### **Televisión, fotografía y medios de comunicación**

- (1) *The Trip to Italy: Sundance – first look review.* Contenido: programa de televisión inglés ambientado en Italia.

**Connotación:** positiva. Promoción de Italia y su gastronomía.

- (2) *Have you been watching ... The Trip to Italy?* Contenido: programa de televisión inglés ambientado en Italia.

**Connotación:** neutra.

- (3) *The Trip to Italy: Britain's best ever improve comedy series ?* Contenido: programa de televisión inglés ambientado en Italia.

**Connotación:** neutra.

- (4) *The Trip to Italy: worth the return journey?* Contenido: programa de televisión inglés ambientado en Italia. Se cuestiona la calidad por parte de los realizadores del programa.

**Connotación:** neutra.

- (5) *Best TV: No 5 The Trip to Italy.* Contenido: programa de televisión inglés ambientado en Italia.

**Connotación:** neutra.

- (6) *Suor Cristiana, Italy's singing nun, wins TV talent show.* Contenido: una monja italiana gana un reality musical en Gran Bretaña.

**Connotación:** negativa. Sociedad italiana anclada en el pasado e intransigente.

- (7) *Arles: photographer Nicolo Degiorgis lifts the veil on Italy's Islamophobia.* Contenido: fotografía sobre el islam oculto en Italia. El fotógrafo muestra la

tensión de la política y cómo muchos de los musulmanes de Italia se ven obligados a rezar en almacenes, garajes y gimnasios. En la noticia se explica cómo el partido de la derecha, Liga del Norte, ha aumentado en popularidad los últimos años a causa de la inmigración. Asimismo, se señala a Italia como un país “intolerante en el que el derecho de adorar libremente y vivir sin temor a la discriminación parece que se ha acabado”.

**Connotación:** negativa. Xenofobia en Italia. Muestra a un país intolerante y opresor respecto a otras culturas.

- (8) *BSkyB confirms talks to buy Sky assets in Germany and Italy*. Contenido: BSkyB confirma que ha iniciado conversaciones con *20th Century Fox* de Rupert Murdoch sobre la posible adquisición de sus activos de televisión de pago en Alemania e Italia.

**Connotación:** neutra.

- (9) *Italian newspaper stops publication as shareholders dispute business strategy*. Contenido: *L'Unità* suspende su publicación.

**Connotación:** negativa. La crisis económica afecta a los medios de comunicación en Italia.

## Botánica

- (1) *Alys Fowler: Italian lords-and-ladies*. Contenido: noticia sobre la flor denominada baj el nombre de *Italian lords- and –ladies*.

**Connotación:** neutra.

- (2) *Letter from Italy: a green oasis*. Contenido: descripción de un jardín en Sicilia.

**Connotación:** positiva. Promoción de un destino en Italia.

## Moda

- (1) *Ottavio Missoni, founder of the Italian fashion house, dies*. Contenido: la muerte del diseñador Missoni.

**Connotación:** positiva. Se hacen eco de la muerte de un diseñador italiano, lo que acentúa su importancia internacional

## (2) Sociedad

En esta temática se han incluido:

- (a) Publicaciones en los medios de comunicación.
- (b) Sucesos.
- (c) Inmigración.
- (d) Mafia.
- (e) Accidentes.
- (f) Otros.

### (a) Publicaciones en los medios de comunicación

- (1) *Kate Middleton 'baby bump' photos published by Italian magazine.*

Contenido: una publicación italiana enfurece a la Casa Real británica al publicar unas fotos de la duquesa de Cambridge en bikini.

**Connotación:** negativa. Intromisión por parte de los paparazzi, un término que se emplea ya de forma generalizada con connotaciones negativas.

- (2) *Italian media have forsaken foreign reporting to focus on titillating gossip.*

Contenido: los medios de comunicación italianos abandonan la información internacional para centrarse en los chismes.

**Connotación:** negativa. Falta de rigurosidad en el periodismo italiano.

- (3) *Gelatogate': Italian gossip mag in row over lewd photo of ice cream-eating MP.*

Contenido: la revista Chi acusada de sexismo por una publicación sobre una ministra.

**Connotación:** negativa. Imagen de sexismo en los medios de comunicación italianos.

- (4) *Press freedom trio call for reform of Italy's draft defamation law.*

Contenido: un análisis sobre la situación de la prensa en Italia señala que las esperanzas de que los políticos reformen la ley de difamación se han disipado. El marco legal actual de Italia, que tipifica como delito la difamación, ha llevado al país a perder juicios en tribunales internacionales y recibir críticas reiteradas, especialmente por los periodistas condenados a prisión.

**Connotación:** negativa. La libertad de prensa sigue estando en peligro en Italia.

- (5) *Italian posters for 12 Years a Slave herald Brad Pitt over Chiwetel Ejiofor.*

Contenido: polémica por los carteles italianos de la película de “12 años de esclavitud” al incluir como protagonista a Brad Pitt en lugar del protagonista real, un actor de color.

**Connotación:** negativa. Se insinúa que ha habido discriminación por motivos racistas en la elección del cartel de una película en Italia.

- (6) *The Local expands its reach to Spain and Italy.* Contenido: el sitio web de noticias, *The Local*, alcanza a España y a Italia.

**Connotación:** positiva. Incluyen el sur de Europa como parte de su mercado.

## **(b) Sucesos**

### **Juicio por el crimen de Perugia**

- (1) *Italian judges postpone ruling on reopening Meredith Kercher case.* Contenido: los jueces de Italia necesitan más tiempo para decidir si defender o anular las absoluciones de Amanda Knox y Raffaele Sollecito por el asesinato de la estudiante británica Meredith Kercher.

**Connotación:** neutra.

- (2) *Amanda Knox's retrial puts Italian justice in the dock.* Contenido: expresan que el caso del asesinato de Meredith Kercher se ha convertido en un circo mediático prolongado. Se presenta a Italia como un país con fuerte tradición católica y con actitudes conservadoras hacia la sexualidad femenina y la televisión de Silvio Berlusconi presenta a las mujeres jóvenes como objetos sexuales. Señalan que existe poco espacio para las mujeres modernas independientes. Knox y Sollecito se enfrentan al calvario de otro juicio, pero el sistema de justicia penal italiano también está en el banquillo, acusado de incompetencia y misoginia de rango.

**Connotación:** negativa.

- (3) *Raffaele Sollecito in police station near Italian border after being found at hotel.* Contenido: Raffaele Sollecito, ex novio italiano de Amanda Knox, se encuentra en la comisaría de Udine, después de haber sido hallado cerca de la frontera

austriaca. El tribunal de Florencia había dictaminado que existía un peligro "real y actual" de que Sollecito huyera del país. Sollecito se enfrenta a una sentencia de 25 años de prisión como resultado de la sentencia dictada el jueves por la noche por un tribunal de apelación en Florencia, que confirmó un veredicto de culpabilidad anterior para Sollecito y Knox por el asesinato de la estudiante británica Meredith Kercher.

**Connotación:** neutra.

- (4) *Raffaele Sollecito denies trying to flee Italy after appeal court verdict.*

**Contenido:** Raffaele Sollecito niega haber intentado huir de Italia después de que un tribunal de apelación confirmó un veredicto previo de culpabilidad por el asesinato de la estudiante británica Meredith Kercher.

**Connotación:** neutra.

- (5) *Amanda Knox will not return to Italy to serve sentence, say parents.*

**Contenido:** la decisión de la corte de Florencia de confirmar la condena por asesinato de Meredith Kercher fue calificada de "alucinante" por la familia.

**Connotación:** negativa. Siembran algunas dudas sobre la actuación del Tribunal en el caso.

- (6) *Amanda Knox says she will not return to Italy if murder conviction is upheld.*

**Contenido:** Amanda Knox, la estadounidense acusada de matar a su compañera de piso británica Meredith Kercher, dijo que se convertirá en una fugitiva de la justicia si el tribunal italiano la declara culpable.

**Connotación:** neutra.

## **Costa Concordia**

- (1) *Italian island seeks €80m payout over Costa Concordia crash.*

**Contenido:** la isla italiana de Giglio pide una indemnización de 80 millones de euros en compensación por los "daños irreparables" causados a su economía e imagen por la asociación con el trágico accidente del Costa Concordia.

**Connotación:** negativa.

- (2) *Five Costa Concordia staff found guilty over shipwreck in Italy.*

**Contenido:** la corte italiana ha condenado a cinco personas por homicidio y negligencia por el naufragio del crucero Costa Concordia que dejó 32 muertos. Se recogen las declaraciones de fuentes judiciales que señalan que es probable que ninguno



vaya a la cárcel porque las sentencias menores de dos años están suspendidas y las sentencias más largas pueden ser apeladas o reemplazadas con servicio comunitario. Por su parte, el abogado de las víctimas declara que la sentencia es decepcionante. Finalmente, se recogen los hechos del naufragio.

**Connotación:** negativa. Ineficacia del sistema judicial italiano.

- (3) *Costa Concordia salvage operation gets under way in Italy*. Contenido: se señala que la operación de salvamento ha sido muy larga y con mucho retraso y cuyo coste se estima en más de 600 millones de euros.

**Connotación:** negativa. La noticia implica que la gestión del accidente ha sido deficiente.

- (4) *Costa Concordia captain's seminar sparks row at Italy's biggest university*. Contenido: la Universidad de la Sapienza de Roma condena la invitación a Schettino por parte de uno de sus profesores para impartir un seminario sobre el control del pánico. Hacen mención de que el naufragio de la Concordia es un tema de inmensa sensibilidad en Italia, donde es considerado como motivo de vergüenza.

**Connotación:** negativa.

## Otros sucesos

- (1) *Italian carpenter caught on spy clock trying to poison wife*. Contenido: un carpintero italiano intenta envenenar a su mujer.

**Connotación:** neutra.

- (2) *Italian driver's parking attempt brings Naples street to a guffawing standstill*. Contenido: situación surrealista cuando un conductor se obstina en aparcar en una plaza de aparcamiento más pequeña que su coche.

**Connotación:** negativa.

- (3) *Four men charged over murder of Italian working at Kent restaurant*. Contenido: asesinato de un italiano que trabaja en el restaurante Kent.

**Connotación:** neutra.

- (4) *Italian prosecutors investigate claims of restaurants serving dolphin*. Contenido: fiscales italianos investigan denuncias de restaurantes por servir delfín.

**Connotación:** negativa. Se pone de manifiesto el engaño en restaurantes italianos y el daño a los animales.

- (5) *Italian army reservist to be prosecuted for saving cat's life in Kosovo.*

Contenido: un reservista del ejército italiano será procesado por salvar la vida de un gato en Kosovo.

**Connotación:** positiva. Defensa de los animales por parte de un ciudadano italiano aún a riesgo de cometer un delito.

- (6) *Italian police conference applauds officers convicted of manslaughter.*

Contenido: sindicato policial en Italia provoca la indignación tras dar una ovación a tres policías condenados por el homicidio involuntario de un joven.

**Connotación:** negativa. La policía italiana no es imparcial.

- (7) *Italian sunbathers compete for space with cars parked on Pergole beach.*

Contenido: decenas de coches aparcados en la playa sin que fuera prohibida por ninguna autoridad.

**Connotación:** negativa. Se reafirman los estereotipos que muestran a los italianos como malos conductores.

- (8) *Italian man arrested after 'boasting of his ex-wife's murder' on Facebook.*

Contenido: un italiano asesina a su ex mujer y se jacta en Facebook.

**Connotación:** neutra.

- (9) *Australian family's car begins Italian job on the steps of Locorotondo.*

Contenido: una familia australiana reproduce la famosa escena del coche de la película Italian job debido a un error en el GPS.

**Connotación:** neutra.

- (10) *Chow down: Italian circus in trouble for disguising dogs as show pandas.*

Contenido: un circo italiano en problemas por disfrazar perros como osos. Las investigaciones estudian si presentarán cargos adicionales por fraude y crueldad animal.

**Connotación:** negativa. Se reafirman los estereotipos sobre el fraude y se pone de manifiesto un caso de maltrato animal.

## ▪ Inmigración

- (1) *Italy boat wreck: dozens of migrants die as boat sinks off Lampedusa.*

Contenido: al menos 94 personas han muerto después de que un barco que transportaba cientos de inmigrantes se hundiera frente a la costa de la isla italiana de Lampedusa.

**Connotación:** neutra.

- (2) *Italy to triple Mediterranean naval and air units to address migrant safety.*

Contenido: Italia está triplicando su presencia aérea y marítima en el Mediterráneo entre el norte de África y Sicilia para intenta ofrecer seguridad a los inmigrantes. El diario se hace eco de las siguientes cifras, proporcionadas por la agencia de refugiados de la ONU: más de 30.000 migrantes llegaron a Italia y Malta en los primeros nueve meses de 2013, en comparación con 15.000 en todo el 2012.

**Connotación:** neutra.

- (3) *Italian police arrest Eritrean gang who smuggled migrants.* Contenido: victoria de la policía italiana al arrestar a una pandilla de Eritrea por contrabando de inmigrantes. La operación se ha llevado a cabo con la policía alemana y otras autoridades. Se menciona el problema de los inmigrantes a nivel europeo, sin hacer especial hincapié en Italia.

**Connotación:** positiva. Una operación importante contra el contrabando de inmigrantes por parte de la policía italiana.

- (4) *Thousands of African child migrants feared in thrall to Italian traffickers.*

Contenido: miles de niños inmigrantes africanos sometidos a la esclavitud por traficantes italianos.

**Connotación:** negativa. Se ofrece una imagen negativa de la sociedad italiana, ya enturbiada por la mafia.

## ▪ Mafia

- (1) *Italy arrests 51 in Ostia anti-mafia raids.* Contenido: se produce una operación de la policía que consigue uno de los mayores barridos antimafia en la zona de Roma. Se menciona la presunta infiltración de las redes criminales en la administración política de Ostia. Asimismo, señalan a Calabria como una de las

regiones más pobres de Italia, donde se encuentra la 'Ndrangheta, sindicato del crimen organizado que controla gran parte del comercio de cocaína en Europa.

**Connotación:** negativa. Italia se presenta como un país donde la mafia todavía impera.

- (2) *Police break transatlantic network of US and Italian crime families.* Contenido: una operación conjunta de la policía de Italia y de Estados Unidos lleva a cabo una serie de arrestos para acabar con una nueva ruta de tráfico de drogas y armas donde estaban implicadas la familia de Gambino de Nueva York y la mafia calabresa o *Ndrangheta*.

**Connotación:** negativa. Italia se presenta como un país donde la mafia todavía impera.

#### ▪ Accidentes

- (1) *Coach plunges into ravine in Southern Italy killing at least 37.* Contenido: accidente de tráfico en Avellino, en el que un autocar se sale de la autopista y cae en un barranco.

**Connotación:** negativa. Deficiencias en seguridad en las carreteras italianas.

- (2) *Italy coach crash: prosecutors open investigation into fatal accident.* Contenido: accidente en la carretera con 38 muertos en Avellino, muchos de ellos niños.

**Connotación:** negativa. Se incide en las deficiencias en la seguridad en las carreteras italianas.

- (3) *Rescuers battle through night to save passengers on burning Italian ferry.* Contenido: rescate de un ferry en llamas.

**Connotación:** negativa. Imagen de falta de seguridad en los ferrys con bandera italiana.

- (4) *Ferry catches fire between Greece and Italy with hundreds on board.* Contenido: Accidentes: el rescate de un ferry en llamas entre Italia y Albania con más de 400 personas.

**Connotación:** negativa. Imagen de falta de seguridad en los ferrys con bandera italiana.

▪ **Otros**

- (1) *Wild bear Daniza dies after attempt to capture her fails in Italy*. Contenido: la muerte del oso salvaje Daniza, traído de Eslovenia para la repoblación en un programa respaldado por la Unión Europea, tras ser capturado. Aunque parece haber sido debido a causa de los efectos de la anestesia, numerosos grupos ecologistas y los guardas forestales manifiestan su indignación.

**Connotación:** negativa. Mala gestión por parte de los responsables del cuidado de la fauna en Italia.

- (2) *Italian asbestos ruling could have major implications for Brazil*. Contenido: un Tribunal Supremo italiano anula una condena de 18 años de cárcel al responsable de la venta en Italia de amianto por prescripción. Tiene implicaciones en Brasil, donde la producción y venta de cemento con amianto es ilegal.

**Connotación:** negativa. La justicia en Italia falla en favor del poder económico y contra la salud pública.

- (3) *Forced caesarean case: Italian woman 'suffering like an animal'*. Contenido: los trabajadores sociales ingleses dan en adopción a la hija de una mujer italiana con problemas de salud mental a la que, según la paciente declara, se sometió a una cesárea forzada,.

**Connotación:** neutra.

- (4) *'Forced' caesarean case – Italian mother in talks with MP*. Contenido: un político inglés espera poder plantear en el parlamento el asunto de la mujer obligada a someterse a una cesárea forzada y a dar a su hija en adopción.

**Connotación:** neutra.

- (5) *Italian intellectuals up in arms over hotel named after Antonio Gramsci*. Contenido: protesta de los intelectuales italianos por el uso del nombre de Gramsci, pensador marxista, para un hotel de lujo al considerarlo una contradicción.

**Connotación:** neutra.

- (6) *Why ignorant racists still flourish in multicultural Italy?* Contenido: el hecho de que un político italiano declarara que cuando al ver la ministra de color, Cécile Kyenge, le viene a la mente la imagen de un orangután, provoca que se mencionen otros signos racistas en Italia. Se denuncia que durante los

años 90 y la primera década del siglo XXI, además de hacer los trabajos más duros, los inmigrantes en Italia estaban excluidos del sistema político; se les sometía a leyes más restrictivas, incluso se les negaba la nacionalidad antes de haber cumplido los dieciocho años.

**Connotación:** negativa. Noticia que refuerza la imagen racista de Italia.

- (7) *Italy's patient man: graduate will queue for you – for €10 an hour.* Contenido: un hombre hace las colas burocráticas para quienes no tengan tiempo.

**Connotación:** negativa. Ineficacia en la burocracia italiana.

- (8) *Italy is still a country for old men.* Contenido: la gerontocracia sigue vigente en Italia y la promesa de Matteo Renzi de ayudar a los jóvenes italianos aún no da señales de éxito.

**Connotación:** negativa. Italia sigue siendo un país con nivel de paro muy elevado, especialmente entre los jóvenes.

- (9) *Italy flights cancelled due to strike.* Contenido: vuelos cancelados por huelga de controladores que afectan al tráfico entre Inglaterra e Italia y que en la noticia se califica de injustificada.

**Connotación:** negativa. Descontento social y desorganización en este sector.

- (10) *Paolo Di Canio 'facism' furore at Sunderland leaves Italy divided.* Contenido: comentarios fascistas de un deportista.

**Connotación:** negativa. Se pone de manifiesto la importancia del neofascismo en Italia.

- (11) *George Clooney calls for Mona Lisa to be returned to Italy.* Contenido: la petición de George Clooney para que la Mona Lisa vuelva a Italia.

**Connotación:** positiva. Se reivindica que el arte italiano debería volver a su país.

- (12) *Ryanair and easyJet fined a total €1m in Italy for mis-selling travel insurance.* Contenido: Ryanair y easyJet reciben una multa de un millón de euros en Italia por vender un seguro de viaje con tarifas abusivas y por dificultar las reclamaciones.

**Connotación:** neutra.

- (13) *Italy passes new laws to tackle violence against women.* Contenido: Italia aprueba nuevas leyes para combatir la violencia contra las mujeres. Se

denuncia a Italia como una sociedad patriarcal en la que la mayoría de casos sobre violencia de género no se denuncia.

**Connotación:** negativa. A pesar de que se sostiene que se van a tomar medidas para subsanar el problema, Italia se presenta como un país machista y misógino en el que la mujer no se atreve a denunciar a su agresor.

- (14) *Sudanese woman spared death sentence for apostasy arrives in Italy.*

Contenido: una mujer sudanesa, que se ha librado de una condena a muerte por apostasía, llega a Italia.

**Connotación:** neutra.

- (15) *Sardinia floods kill at least 16 as Italy declares state of emergency on island.* Contenido: estado de emergencia en Cerdeña por las inundaciones.

**Connotación:** neutra.

- (16) *Italian journalist who broke pope's resignation plays it cool amid plaudits.*

Contenido: una periodista italiana conoce en primicia la renuncia del Papa gracias a sus conocimientos de latín.

**Connotación:** neutra.

- (17) *Tree find confirms Italian Alpine melt.* Contenido: el cambio climático se manifiesta en el deshielo alpino italiano.

**Connotación:** neutra.

- (18) *UK court annuls 180 Italian divorces registered to Maidenhead mailbox.*

Contenido: un juez británico anula ciento ochenta divorcios fraudulentos de parejas italianas llevados a cabo en Berkshire para eludir el lento sistema judicial italiano.

**Connotación:** negativa. Se pone de manifiesto la imagen de lentitud del sistema judicial italiano y la picaresca de las parejas italianas que han eludido este sistema.

## **Economía**

- (1) *FTSE ends volatile week on upbeat note but caution remains ahead of Italian election.* Contenido: sobre los movimientos en el agregado FTSE. Se trató de una semana con una alta volatilidad, pero que cerró con máximos históricos en los últimos cinco años. Sin embargo, se espera que las

elecciones italianas tengan un efecto negativo en los valores en un futuro cercano.

**Connotación:** neutra.

- (2) *FTSE 100 finishes higher despite UK rating cut and Italian election worries.* Contenido: en una semana con alta volatilidad debido a la pérdida de la máxima calificación (AAA) del bono inglés y de las elecciones italianas, los valores del agregado FTSE terminan en máximos históricos.

**Connotación:** neutra.

- (3) *FTSE 100 loses 1% after Italian election deadlock, with banks leading the way lower.* Contenido: el agregado FTSE pierde un 1% después de que las elecciones italianas certifiquen un bloqueo político por el voto anti-austeridad en Italia. Esta incertidumbre se ha trasladado principalmente a la cotización de los bancos.

**Connotación:** negativa. Bloqueo político italiano supone la incertimbre económica.

- (4) *FTSE 100 regains losses made after Italian election impasse, as Tesco climbs despite Korea talk.* Contenido: un artículo de resumen de los movimientos del FTSE, destacando la recuperación después del voto en Italia. Se menciona especialmente la subida de Tesco después del escándalo de la carne de caballo y de su posible salida de Corea del Sur, y la subida de las cotizaciones de los bancos por los comentarios positivos del Banco de Inglaterra.

**Connotación:** neutra.

- (5) *FTSE 100 ends week on a positive note despite continuing Cyprus and Italy concerns.* Contenido: FTSE 100 termina semana en una nota positiva a pesar de las preocupaciones por Italia y Chipre.

**Connotación:** neutra.

- (6) *FTSE 100 shrugs off Italy woes but ENRC drops after asset write-off.* Contenido: FTSE 100 encoge los problemas de Italia pero el ENRC cae después de la baja de activos.

**Connotación:** negativa. Incertidumbre económica por las elecciones.

- (7) *Storytelling school seeks to inspire a happy ending to Italy's recession.* Contenido: Alessandro Baricco cree que las inversiones de empresas italianas generarán esperanza a la recesión italiana.



**Connotación:** positiva.

- (8) *Italian parliament erupts amid vote on central bank capital.* Contenido: el parlamento italiano estalla en medio de un voto sobre el capital del banco central.

**Connotación:** negativa.

- (9) *For sale: Italian castle, haunted island and convent.* Contenido: Subasta del patrimonio italiano para reducir las deudas del país.

**Connotación:** Negativa.

- (10) *Italian billionaire Stefano Pessina to make £4.45bn from Boots merger.* Contenido: Stefano Pessina, un millonario italiano secreto, se hará aún más rico como resultado de la adquisición de Walgreens de Alliance Boots.

**Connotación:** neutra.

- (11) *Ferrari sales suffer as Italians shun luxury cars.* Contenido: los coches lujosos sufren la crisis en Italia.

**Connotación:** negativa. Se manifiestan los efectos negativos de la crisis económica en los negocios italianos.

- (12) *US, Italian and Greek political woes hit FTSE 100, but builders buoyed by Help to Buy.* Contenido: los problemas políticos de los Estados Unidos, Italia y Grecia inciden en los movimientos de FTSE. Se refieren a *Help to Buy*, que afecta a las empresas constructoras puesto que son subvenciones del gobierno inglés.

**Connotación:** negativa. Se transmite la imagen de una Italia en cuya hay poca confianza.

- (13) *FTSE 100 falls on US, Italian and Greek political woes but housebuilders boosted by Help to Buy.* Contenido: al igual que en la noticia anterior, trata las preocupaciones económicas sobre Estados Unidos, Italia y Grecia influyen en los movimientos de FTSE. Se refieren a *Help to Buy*, que afectan a las empresas constructoras puesto que son subvenciones del gobierno inglés.

**Connotación:** negativa. Se refuerza la imagen de inestabilidad económica en Italia.

- (14) *Italy's banks bear brunt of inconclusive election with share fall.* Contenido: los bancos de Italia sufren las consecuencias de las elecciones no concluyentes con una caída de la cuota.

**Connotación:** negativa. Nuevamente, se refuerza la imagen de inestabilidad económica.

- (15) *France, Germany and Italy urged to follow Spain's lead to revive Eurozone.*

Contenido: España impulsaba reformas para reactivar la economía, mientras que otros países, entre ellos Italia, no estaban tomando medidas para frenar el gasto.

**Connotación:** negativa. Se pone de manifiesto la falta de actuación por parte de Italia.

- (16) *FTSE sees biggest daily fall since last July as Spain and Italy unsettle investors.* Contenido: en un día con un gran volumen en Bolsa, la incertidumbre económica de España y de Italia preocupa a los inversores.

**Connotación:** negativa. Efectos de la crisis económica.

*Barclays leads the way lower as FTSE 100 falls more than 1% after Italian election.* Contenido: la cotización de los bancos ingleses se ha visto afectada por la amenaza a la eurozona después de las elecciones italianas.

**Connotación:** negativa. Se transmite la imagen de un país con inestabilidad política en cuyos mercados existe una falta de confianza.

- (17) *Markets rocked by Italian political stalemate.* Contenido: el estancamiento tras las elecciones generales italianas causa la caída de los mercados bursátiles en Europa.

**Connotación:** negativa. Al igual que en la noticia anterior, se transmite la imagen de un país con inestabilidad política en cuyos mercados existe una falta de confianza.

## **Política**

En esta área, en la que predominan las noticias sobre las elecciones italianas, se ha llevado a cabo la distinción entre política nacional e internacional.

### **(a) Nacional**

- (1) *Five Star Movement could take limited role in Italian minority government.*

Contenido: el Movimiento Cinco Estrellas se cierra a formar parte de un gobierno de coalición y solo apoyará a un gobierno minoritario cuando las decisiones estén incluidas en su programa.

**Connotación:** negativa. División e incertidumbre política, lo que hace que Italia se presente como un país más débil y fraccionado.

- (2) *How Beppe Grillo's social media politics took Italy by storm.* Contenido: el ascenso del movimiento Cinco Estrellas que pasa de tener un 5% de los votos a un 25% en pocos meses. Se señala que se trata de un partido moderno por una parte y con un activismo al “viejo estilo”, por otra, y que se posiciona en contra de los poderes establecidos gracias a una retórica basada en las nuevas tecnologías y la acción local.

**Connotación:** neutra.

- (3) *Why so many Italians love Beppe Grillo's Five Star Movement.* Contenido: a pesar del titular, se incide en la idea de que este partido es antieuropeista y en contra de los grandes bancos que desfavorecen a los pequeños inversores.

**Connotación:** neutra.

- (4) *No laughing matter: Comedians from Italy to the US are reforming politics.* Contenido: el humor se está convirtiendo en un trampolín para entrar en política. En Estados Unidos los humoristas se vuelven políticos. Grillo usa la misma retórica antiglobalización que poseen muchos de los partidos europeos.

**Connotación:** negativa. La política italiana transmite una imagen de poca seriedad.

- (5) *Enrico Letta nominated as Italy's new prime minister.* Contenido: Napolitano pide a Letta que forme gobierno.

**Connotación:** neutra.

- (6) *Italian PM appeals to MPs ahead of confidence vote.* Contenido: Para estabilizar el gobierno de Letta, se expone a un voto de confianza en el Parlamento que deriva en una división en el partido.

**Connotación:** negativa. Falta de unidad y consenso político italiano.

- (7) *Italian PM Enrico Letta to resign.* Contenido: renuncia de Letta después de perder el apoyo de su partido.

**Connotación:** negativa. Imagen de la falta de unidad y de consenso político italiano.

- (8) *Italy needs new government to replace Enrico Letta's, says Matteo Renzi.* Contenido: en una reunión con los miembros de su partido, Matteo Renzi, líder de centro izquierda de Italia, mantuvo que era necesario constituir un

nuevo gobierno para reemplazar al de Enrico Letta e impulsar las reformas, ya que el partido y el país estaban en una "encrucijada". Los dos políticos de la Toscana han estado involucrados en una intensa lucha por el poder. Letta había dado a conocer un nuevo plan de acción para el 2014 y se resistió a las convocatorias de dimisión, se mantuvo alejado de la reunión del PD. El presidente de Italia, Giorgio Napolitano, les instó a que el partido dejara clara su posición.

**Connotación:** negativa. La imagen de Italia es de lucha por el poder dentro de un mismo partido e inestabilidad política.

- (9) *Enrico Letta steps down as prime minister of Italy.* Contenido: se espera que Renzi forme gobierno al tener el apoyo del partido. El diario señala que es el tercer ministro en tres años y que no ha sido elegido por sufragio universal. En la noticia se hace hincapié de la lucha de Italia por salir de “su peor recesión de posguerra”, que alcanza unos niveles casi récord de desempleo y la deuda pública.

**Connotación:** negativa. Se da la imagen de que no se está llevando un mecanismo democrático y de que la profundidad de la crisis económica italiana es cada vez mayor.

- (10) *Giorgio Napolitano re-elected as Italy's president, prompting relief and protests.* Contenido: la reelección de Giorgio Napolitano como presidente de Italia crea una división de opiniones.

**Connotación:** negativa. Se reincide en la falta de unidad política y en la división de la sociedad italiana por falta de un verdadero liderazgo.

- (11) *Italy's left loses the popularity contest again.* Contenido: nueva noticia que pone de manifiesto el “escenario caótico” que vive en esos momentos la política italiana.

**Connotación:** negativa. Imagen frívola del líder del Movimiento Cinco Estrellas.

- (12) *Italian president set to ask Matteo Renzi to form new government.* Contenido: con el apoyo de su partido, Renzi forma gobierno a petición de Napolitano, después de forzar la dimisión de Letta. Hacen mención de que poner la esperanza en Renzi podría acelerar el ritmo de liberalización y modernización en un país que apenas ha comenzado a recuperarse de su peor recesión.

**Connotación:** negativa. A pesar de señalar esperanza de recuperación se sigue manteniendo la imagen de un país en profunda crisis.

- (13) *Matteo Renzi asked to form new government by Italian president.*

Contenido: la petición de presidente italiano a Matteo Renzi para que forme nuevo gobierno.

**Connotación:** neutra.

- (14) *Italian PM Matteo Renzi's electoral reform law clears first hurdle.*

Contenido: la reforma de la ley electoral del primer ministro italiano, Matteo Renzi, pretende reducir el número de miembros del Parlamento y el Senado italiano. El artículo se cierra diciendo que 1000 políticos en las Cámaras es un número excesivo.

**Connotación:** negativa. La imagen de Italia es de un sistema político con un exceso de miembros que probablemente podría reducirse significativamente.

- (15) *Former Italian MP flees Italy before court rules on his mafia conviction.*

Contenido: Dell'Ultri, uno de los cofundadores de Forza Italia, huye del país por actuar como mediador entre Berlusconi y la mafia.

**Connotación:** negativa. Posible vinculación de un miembro de la política italiana con la mafia.

- (16) *Former Italian MP denies fleeing country to avoid arrest.*

Contenido: Dell'Ultri, que supuestamente actuó como mediador entre la mafia y Silvio Berlusconi, niega haber huido del país para evitar su detención.

**Connotación:** negativa. Posible vinculación de un miembro de la política italiana con la mafia.

- (17) *Berlusconi ally Marcello Dell'Utri caught in Lebanon after fleeing Italy.*

Contenido: el aliado de Berlusconi, fue detenido en Líbano tras huir de Italia.

**Connotación:** negativa. Al igual que en la noticia anterior, se sugiere la posible vinculación de un miembro de la política italiana con la mafia.

- (18) *Silvio Berlusconi ousted from Italian parliament after tax fraud conviction.*

Contenido: destitución e inhabilitación de Berlusconi del parlamento italiano tras una condena por fraude fiscal.

**Connotación:** positiva. Imagen de respeto por las leyes.

- (19) *Italian president says Berlusconi's conviction must be respected.*

Contenido: el partido de Berlusconi pide a Napolitano que le permita continuar en

política; sin embargo, el presidente declara que la condena que inhabilita a Berlusconi deberá ser respetada.

**Connotación:** positiva. Imagen de respeto por las leyes.

- (20) *Silvio Berlusconi threatens Italy with political turmoil in battle with judges.*

Contenido: Berlusconi pide una reforma legal para blindarse ante la justicia y amenaza con tumbar al gobierno para conseguirlo. Para evitar que estas situaciones se produzcan, se va a aplicar una nueva ley según la cual los miembros del parlamento que hayan cometido delitos graves no podrán ser elegido parlamentarios.

**Connotación:** positiva. Se transmite el intento de dar una imagen de seriedad en la política italiana.

- (21) *Silvio Berlusconi U-turn keeps Italy's grand coalition afloat.* Contenido:

Berlusconi retira la amenaza de hacer que su partido votara contra la coalición de Enrico Letta.

**Connotación:** neutra.

- (22) *Silvio Berlusconi: Italy's supreme court prepares for verdict on final appeal.*

Contenido: la Corte Suprema de Italia se prepara para el veredicto sobre la apelación final de Berlusconi.

**Connotación:** neutra.

- (23) *Silvio Berlusconi's furious debate glues Italy to television.* Contenido:

Berlusconi monopoliza la atención mediática durante la campaña electoral en un debate donde se pone de manifiesto la corrupción que le ha acompañado durante todos estos años. Los italianos, al igual que sus antepasados en el Coliseo, se mantienen atentos a un espectáculo.

**Connotación:** negativa. Italia se sigue presentando como un país en el que impera la corrupción de los políticos.

- (24) *Italian leader Pier Luigi Bersani fails to form government.* Contenido: el

fracaso del líder italiano Pier Luigi Bersani en la formación del gobierno.

**Connotación:** negativa: Se vuelve a poner de manifiesto la parálisis política en Italia.

- (25) *Pier Luigi Bersani resignation plunges Italian politics into further chaos.*

Contenido: la dimisión de Pier Luigi Bersani hunde la política italiana en un nuevo caos.

**Connotación:** negativa. En esta noticia se refuerza la imagen de caos político en Italia.

- (26) *Bersani leads Berlusconi as Italy awaits opening of general election polls.*

Contenido: comentario de la situación general de los sondeos en la jornada de reflexión.

**Connotación:** negativa. Se presenta un panorama político complicado con un país difícilmente gobernable.

- (27) *The Great Beauty portrays Italy more faithfully than its new prime minister.*

Contenido: la última película de Paolo Sorrentino, *La gran Belleza*, y el nombramiento de Matteo Renzi como primer ministro de Italia, son probablemente los acontecimientos recientes más significativos de la cultura y la política italianas. Señalan que los personajes de la película muestran que Italia no es un país para los jóvenes. En cuanto a la política, destacan la maniobra de Renzi, que sorprendería a Nicolás Maquiavelo ya que comenzó manifestando la necesidad de un cambio completo en la política italiana dentro de su partido y terminó obligando al primer ministro Enrico Letta a dimitir y haciendo un trato con Berlusconi.

**Connotación:** negativa. Analogía entre una película que denuncia la situación social del país con la actuación política de Renzi que da un giro hacia atrás en lo que respecta a la renovación política.

- (28) *The six things wrong with Italy – and how to solve them.* Contenido: en esta

noticia, una de las más largas en extensión de esta tesis, se presenta un panorama detallado y exhaustivo de los graves problemas del país a una semana de las elecciones. Entre ellos se destaca una economía estancada, la corrupción, el crimen organizado, la apatía política, la misoginia y el desempleo juvenil.

**Connotación:** negativa. Constituye una denuncia muy fundamentada de lo que el autor considera un país en una situación extrema.

- (29) *Italian election: L'Aquila's voters search in vain for a savior.* Contenido:

indecisión de los italianos ante las elecciones italianas. Se compara la situación de L'Aquila, después de cuatro años del terremoto, con Italia, ya que, como dicen, ambas tienen belleza pero están paralizadas y parecen ser incapaces de recuperarse.

**Connotación:** negativa. Se refuerza la imagen en la que se transmite el estancamiento político en Italia.

- (30) *Italians weigh up 'least worse' option as election looms.* Contenido: discusión sobre las elecciones italianas. El diario se hace eco del testimonio pesimista de los ciudadanos italianos, así como su descontento con la situación política de su país. Por último, recogen las declaraciones de un joven que habla del problema que Italia tiene con los políticos nacionales, los cuales califica como "la mafia educada".

**Connotación:** negativa. Se presenta un panorama político complicado con un país difícilmente gobernable.

- (31) *Italian elections: Mario Monti's centrist alliance set for fourth place.* Contenido: se evalúa la figura de Monti, el ex ministro tecnócrata al que se refieren en la noticia como "Monti in a coma", haciendo mención al documental "Girlfriend in a coma", al que se ha hecho referencia en el marco teórico de esta tesis.

**Connotación:** negativa. Nuevamente, situación de parálisis y caos en la política italiana.

- (32) *Italian election: stalemate threat sends shivers through the Eurozone.* Contenido: preocupación de los líderes europeos por el estancamiento ingobernable en Roma que podría paralizar el programa de austeridad del primer ministro Mario Monti y renovar las dudas sobre la estabilidad del euro tras meses de relativa calma.

**Connotación:** negativa. Parálisis política de Italia y su repercusión internacional.

- (33) *Italian election deadlock – Sicilian defence and other checkered moves.* Contenido: Se ofrecen las opciones políticas para la formación de un nuevo gobierno.

**Connotación:** negativa. Una vez obtenidos los resultados de las elecciones, se presenta una situación ya vaticinada de incertidumbre e inestabilidad política.

- (34) *Votes for porn stars and footballers in farcical Italian presidential election.* Contenido: en el recuento de voto de las elecciones presidenciales aparecen los nombres de Rocco Siffredi, Sofía Loren y Roberto Mancini, además de votos en blanco.



**Connotación:** negativa. Sarcasmo ante el desencanto político del pueblo italiano.

- (35) *Italy tales: hopes and fears for the general election*. Contenido: la periodista Lizzy Davies cuenta que desde el domingo 17 de febrero hasta el miércoles de la próxima semana, va a viajar por Italia en busca de la opinión de los ciudadanos italianos justo antes de la elección. Los temas más relevantes van a ser las preocupaciones sobre Italia y las esperanzas para el futuro.

**Connotación:** neutra.

- (36) *Italy tales: 'It's like a circus with clowns entertaining the mass'*. Contenido: los votantes tienen poca fe en los políticos. Para estos, el gran problema del pueblo italiano es la facilidad con la que pueden caer en el populismo, que se relaciona con el fascismo.

**Connotación:** negativa.

- (37) *Italy tales: 'Information in this country is crap'*. Contenido: la página web de análisis político *Quattrogatti.info* proporciona una guía interactiva de la compleja ley electoral italiana. La misión de la página es ofrecer una información precisa y accesible sobre la economía, la sociedad y la cultura italiana. Recogen la opinión de un investigador postdoctoral de una universidad de Turín que se muestra pesimista respecto a la situación política de su país. Asimismo, señala que: “la información en Italia es una mierda”, ya que los medios de comunicación del país son canales privados de televisión propiedad de Silvio Berlusconi, una emisora pública “susceptible de influencia política” y un periódico como *Il Giornale*, propiedad del hermano de Berlusconi. Sin embargo, destacan que la web está cambiando las cosas.

**Connotación:** negativa. El poder de la política sobre los medios de comunicación del país hace que se cuestione su imparcialidad y la veracidad de sus noticias.

- (38) *Italy elections: 'All parties have failed to build a community safety net'*. Contenido: asociación de voluntariado en Turín, que comenzó ayudando a los inmigrantes de la ciudad, ha ampliado su alcance para proporcionar sus servicios a quién se encuentra con necesidad. Se hace mención de la magnitud de la austeridad. Recogen las declaraciones de un miembro de este proyecto de voluntariado que ha vivido en Gran Bretaña y que expresa que

la crisis económica ha afectado menos a Turín en comparación con otras ciudades italianas debido a la inversión de los Juegos Olímpicos de invierno en 2006, una ayuda que convirtió la ciudad en un “centro vibrante cosmopolita”. Asimismo, denuncia la visión negativa que tienen sobre sí mismos. También expresa su malestar por la “incompetencia básica” de mucha administración política, el fracaso de las universidades y del mercado de trabajo de Italia y por último manifiesta la necesidad de un cambio político en el país.

**Connotación:** negativa. Aumento de las ayudas de voluntariado en Italia debido a la crisis económica a pesar de que Turín no haya sido de las ciudades más afectadas.

- (39) *Italy tales: 'We are a smiling, hopeless country'.* Contenido: recogen las opiniones de los italianos sobre su propio país, destacando que son un país sonriente y desesperanzado, acostumbrado a luchar contra los problemas diarios que ofrecen los servicios públicos, malgastando su tiempo. Según la opinión de esta ciudadana italiana, el país se percibe por su paisaje y su cocina positivamente; por el contrario, están la mafia y la corrupción. En el plano social, destaca: “somos creativos, brillantes, extremadamente ingenuos y obstinados, culturalmente abiertos y dispuestos a afrontar cualquier tipo imprevisto”.

**Connotación:** neutra.

- (40) *Italy election: the 'forgotten generation' seeking opportunities abroad.* Contenido: a pesar de que Milán sea la capital italiana de la moda y los negocios, la juventud italiana tiene que emigrar por la crisis económica, política y social. Se hace hincapié en que se olvidan de la juventud en Italia.

**Connotación:** negativa. La crisis económica afecta a los jóvenes italianos y les obliga a emigrar.

- (41) *Italy votes: challenge of the new poor hits 'little Manchester'.* Contenido: debido a la crisis económica en Emilia Romana se han cerrado muchas empresas y ha aumentado el desempleo.

**Connotación:** negativa. Profundidad de la crisis económica en Italia.

- (42) *Italy votes: 'State only takes from us'.* Contenido: se hacen eco de que existe el desafío de los políticos de impulsar la economía estancada y cerrar la brecha entre el norte y el sur. Sin embargo, recogen las críticas de los

italianos de que al parecer este tema ha estado ausente en la campaña y han descuidado particularmente el sur. Entre otros problemas señalan el desempleo, que afecta especialmente a la juventud, la evasión fiscal y las infraestructuras inadecuadas.

**Connotación:** negativa. Presentan un país con graves problemas por resolver.

- (43) *Italy heads to polls amid fears of political stalemate.* Contenido: los partidos antisistema suponen un peligro frente a los principales partidos políticos en el poder. Con un número de votantes indecisos, los observadores temen que comience un período de estancamiento político en el país.

**Connotación:** negativa.

- (44) *Italy election neck-and-neck between Berlusconi's right and Bersani's left.* Contenido: los primeros datos sobre las elecciones generales italianas muestran una ventaja de Berlusconi en el Senado lo cual contradice las primeras encuestas. Señalan que los partidos principales están muy igualados. La última información que ofrece la noticia está relacionada con un panorama político fracturado y las complejidades del sistema electoral. Todo ello ha suscitado el temor de que Italia, tras una década de estancamiento económico y más de un año de austeridad, podría terminar en punto muerto al no lograr un gobierno fuerte.

**Connotación:** negativa.

- (45) *Italian politicians go into conclave for crucial presidential election.* Contenido: se presenta una analogía entre la película italiana satírica *Bienvenido Presidente!* y la situación real del país. El filme versa sobre un bibliotecario de un pueblo que por un error en las votaciones se convierte en el nuevo presidente del país. En Italia más de 1.000 políticos se reunirán en la cámara baja del parlamento para la elección de un nuevo presidente que reemplazará a Napolitano, de 87 años. Incluso para aquellos con más experiencia política que el bibliotecario, el desafío es desalentador. Cuando Berlusconi se derrumbó en el 2011 fue Napolitano, apodado por los medios como el “Rey Jorge”, el que invitó a Mario Monti a formar un gobierno tecnócrata.

**Connotación:** negativa. La presidencia italiana ha sido comparada a una concertina que puede expandirse y contraerse según las necesidades.

- (46) *Italy's mafia and state are under the spotlight, and not before time.*

Contenido: supuestos vínculos del Presidente Giorgio Napolitano con la mafia. Asimismo, destacan que en Italia, existen lazos entre el poder y la delincuencia organizada. Se hace referencia a un pasado en el que el Estado se aprovechó para aumentar la represión ejerciendo lo que se denominó “una estrategia de tensión”, que fue creada por la extrema derecha y la extrema izquierda, los servicios secretos, el ejército y el grupo masónico del P2, sin olvidarnos de la mafia. *The Guardian* hace una referencia a su país, al hablar de los "acuerdos indescriptibles" que permiten a gente como Berlusconi ocultar sus fortunas en paraísos fiscales bajo jurisdicción británica.

**Connotación:** negativa. Implicaciones entre el nexo entre el poder político italiano y fuerzas oscuras en el pasado y en el presente.

- (47) *Aldo Moro mystery: Italian prosecutors revisit former PM's 1978 murder.*

Contenido: los fiscales italianos revisan el caso del asesinato en 1978 del ex primer ministro, Aldo Moro, que quería una alianza entre los democristianos y los comunistas, lo que rompía con las dinámicas de la Guerra Fría.

**Connotación:** negativa. Ofrece una imagen de la política italiana de los años setenta corrupta que culmina en el asesinato y que después de tantos años no ha resuelto un caso tan oscuro.

- (48) *Matteo Renzi's plan to abolish Italian Senate runs into 7,850 problems.* Contenido: el plan de Matteo Renzi para abolir el Senado italiano se encuentra con casi 8000 enmiendas.

**Connotación:** negativa. Presenta importantes desacuerdos en la política italiana.

- (49) *Italian coalition government's tensions rise over immigration issues.*

Contenido: el gobierno italiano quiere acabar con la operación de rescate de naufragios de inmigrantes porque se queja de que no hay cooperación con la Unión Europea.

**Connotación:** negativa. Intención de Italia de omisión de ayuda a los inmigrantes.

- (50) *Benito Mussolini: a dictator for all seasons in Italy?* Contenido: en la

actualidad se sigue alabando la política populista de Mussolini por parte de un sector de la población italiana.

**Connotación:** negativa. Se vuelve a incidir en una imagen de Neofascismo en Italia.

- (51) *Italy: end of ongoing sea rescue mission 'puts thousands at risk'.*

Contenido: Europa ha sido advertida de que corre el riesgo de una pérdida de vidas mucho mayor en el Mediterráneo, después de que Italia finalizó formalmente su misión de un año de rescatar a los inmigrantes afectados y pide a la UE la remplace.

**Connotación:** negativa. Italia está poniendo en riesgo la vida de miles de personas por no asumir el problema de la inmigración

- (52) *Italian finance minister: Europe must act now to avoid stagnation.*

Contenido: ministro de economía italiano pide más flexibilidad a la Unión Europea y Juncker se muestra receptivo a las peticiones del ministro.

**Connotación:** positiva. Italia se reafirma como un país con influencia dentro de la Unión Europea.

- (53) *Italian women rise to positions of power under new prime minister.*

Contenido: en tono irónico se mantiene que con el gobierno de Berlusconi el papel de la mujer era incuestionablemente central pero no en la manera en la que debería. En el gobierno de Letta ya se incluyen mujeres en la política como miembros del consejo de ministros.

**Connotación:** positiva. Avance en la igualdad. Se intenta ofrecer una imagen de Italia menos machista en la política.

- (54) *Italian senator says black minister has 'features of orangutan'.*

Contenido: insultos racistas por parte del Senador italiano a la primera ministra de color, Cécile Kyenge.

**Connotación:** negativa. Imagen de xenofobia en la política.

- (55) *Italian integration minister issues defiant response to banana stunt.*

Contenido: la ministra recibe insultos arrojándole bananas en una manifestación política.

**Connotación:** negativa. Segunda noticia sobre xenofobia en la política italiana.

- (56) *Italian politician compares black minister to prostitute.*

Contenido: un político italiano compara a la ministra Cécile Kyenge con una prostituta.

**Connotación:** negativa. Se reincide en la noticia en la que se advierte de xenofobia en un miembro de la política italiana.

(57) *Italy's prospects look grim.* Contenido: dos académicos reflexionan sobre la situación de desencanto de Italia. En concreto, se centran en el estancamiento político, la pérdida de la fuerza manufacturera y la falta de protesta juvenil.

**Connotación:** negativa. Se transmite el pesimismo social generalizado, la pérdida de la competitividad económica y el bloqueo político que persiste en Italia.

(58) *Italy's latest coalition crisis is a morbid symptom of deeper political malaise.* Contenido: bloqueo político e incapacidad de reforma en Italia.

**Connotación:** negativa. Se transmite el malestar y el estancamiento de la política italiana.

## **(b) Internacional**

(1) *Italian PM seeks austerity relief in return for Juncker backing.* Contenido: Italia muestra su apoyo a Juncker, presidente de la Comisión Europea, a cambio de una relajación de las medidas de austeridad.

**Connotación:** positiva. Italia muestra su peso en la política europea y se posiciona por unas medidas más sociales.

(2) *North Korea has much to be admired, says Italy's Northern League leader.* Contenido: el líder de la Liga Norte de Italia declara que Corea del Norte es digna de admiración por sus calles limpias y su sentido comunitario y el respeto por los mayores, ignorando los abusos a los derechos humanos.

**Connotación:** Negativa. Imagen negativa de un partido político extremista italiano.

(3) *Japan, Belgium and Italy reduce their stockpiles of nuclear material.* Contenido: Japón, Bélgica e Italia reducen sus reservas de material nuclear por miedo al robo por parte de terroristas.

**Connotación:** Positiva. Implica la toma de medidas para una mayor seguridad.

(4) *Angela Merkel scolds Italy and France over the faltering eurozone recovery.*

Contenido: Angela Merkel hace un duro reproche a Italia y Francia por

obstaculizar la recuperación de la eurozona por su incumplimiento del reglamento fiscal.

**Connotación:** negativa. Italia no hace posible la recuperación económica por no aplicar las normas comunitarias.

- (5) *Brussels defers punishing France and Italy for breaking eurozone rules.* Contenido: Angela Merkel reprocha a Italia y a Francia por obstaculizar la recuperación de la eurozona por su incumplimiento del reglamento fiscal. Bruselas defiende castigar a Francia e Italia por romper las reglas de la eurozona.

**Connotación:** negativa. En la noticia que quiere poner de manifiesto que Italia no hace posible la recuperación económica por no aplicar las normas comunitarias.

- (6) *Italy targets former Uruguayan naval officer over role in alleged torture.* Contenido: Italia apunta al ex oficial de la marina uruguaya, descendiente de italiano con pasaporte de este país, sobre su implicación en supuestas torturas.

**Connotación:** neutra.

- (7) *Italian envoy banned from leaving India in row over dead fishermen.* Contenido: se trata de un conflicto diplomático entre Italia y la India. La Justicia hindú ha denegado la inmunidad diplomática al embajador italiano por inmiscuirse en el caso de dos marinos italianos acusados de matar a pescadores hindúes por confundirlos con piratas.

**Connotación:** negativa. Conflicto diplomático donde unos marines italianos están implicados en la muerte de unos inocentes.

- (8) *Afghanistan: three Americans and one Italian killed in separate attacks.* Contenido: tres americanos y un italiano son asesinados en dos ataques en Afganistán.

**Connotación:** neutra.

- (9) *Italy's Democratic party scores stunning win at European elections.* Contenido: el Partido Demócrata de Renzi obtiene una victoria impresionante en las elecciones europeas y rompe así la hasta ahora rápida progresión del movimiento Cinco Estrellas.

**Connotación:** neutra.

- (10) *Thirty dead bodies found on Italy-bound migrant boat.* Contenido: descubren treinta cadáveres en un barco de inmigrantes en la costa de Sicilia durante una

misión de rescate. Esto ha llevado a los críticos políticos de derecha de Mare Nostrum Matteo Salvini, líder de la xenófoba Liga del Norte, a acusar al primer ministro, Matteo Renzi, “de tener sangre en las manos después de la última tragedia”. **Connotación:** negativa. Se transmite una imagen poco humanitaria de la política de inmigración italiana.

- (11) *Italy boat sinking: hundreds of migrants still missing off Lampedusa.*

Contenido: Italia declara día de duelo tras la muerte de cien inmigrantes y 200 desaparecidos en un barco en Lampedusa. El gobierno italiano considera que la comunidad internacional tendría que asumir el creciente problema de las llegadas de inmigrantes. **Connotación:** neutra.

- (12) *Italy sees summer surge in migrant boat landings.* Contenido: el número de inmigrantes que desembarcan en las costas italianas este año se ha más que duplicado durante un período de 40 días durante julio y agosto, según cifras oficiales. Recogen la opinión de Berlusconi sobre el tema y su apelación a la Unión Europea por un enfoque más colectivo del control fronterizo en la isla de Lampedusa.

**Connotación:** neutra.

## Educación

- (1) *Graduates in Italy and Spain have low basic skills, says OECD report.*

Contenido: la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) señala en un informe que los diplomados universitarios en Italia y en España poseen competencias básicas muy bajas, y señalan que el panorama va acorde con altos niveles de desempleo en los países del sur de Europa. Ante estas afirmaciones toman la opinión de un profesor, economista y rector de la LUISS Guido Carli, una universidad privada en Roma, Massimo Egidi, que descarta el vínculo entre los resultados y la tasa de desempleo juvenil.

**Connotación:** negativa. Se ponen de manifiesto las deficiencias en el sistema educativo italiano.

## Meteorología



(1) *Italy shivers through 'cursed spring' of relentless rain.* Contenido: se refieren al clima caprichoso de esa primavera y a las continuas lluvias que se están produciendo en Italia.

**Connotación:** neutra.

En la tabla que aparece a continuación se ofrecen las diferentes secciones y subsecciones en las que se han clasificado las noticias halladas sobre Italia:

(1) Cultura	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Gestión cultural, arte, cine y música.</li> <li>b) Gastronomía y enología.</li> <li>c) Historia.</li> <li>d) Teatro, lengua y literatura.</li> <li>e) Turismo.</li> <li>f) Televisión, fotografía y medios de comunicación.</li> <li>g) Botánica.</li> <li>h) Moda.</li> </ul>
(2) Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>(a) Publicaciones en los medios de comunicación.</li> <li>(b) Sucesos.</li> <li>(c) Inmigración.</li> <li>(d) Mafia.</li> <li>(e) Accidentes.</li> <li>(f) Otros.</li> </ul>
(3) Economía	
(4) Política	<ul style="list-style-type: none"> <li>(i) Nacional.</li> <li>(j) Internacional.</li> </ul>
(5) Educación	
(6) Meteorología	

Tabla nº5. Secciones y subsecciones temáticas de las noticias sobre Italia

### 3.2.1.2 Análisis de los recursos estilísticos

Continuando con el análisis cualitativo de las noticias, seguidamente se procederá al análisis de las figuras retóricas, primero en los titulares y posteriormente en el cuerpo de la noticia. Si bien el análisis de los titulares se llevará a cabo en todos los casos hallados, un análisis pormenorizado de todas las figuras del lenguaje en el cuerpo de las noticias queda fuera de los límites de esta tesis; sin embargo, se ha querido mostrar algunos de los ejemplos más relevantes para el análisis de las connotaciones positivas o negativas sobre la imagen de estos dos países. Ello evidenciará la importancia de los denominados también recursos estilísticos en el lenguaje periodístico, por una parte, y por otra pondrá de manifiesto el significado connotativo.

Así, se ha visto necesario su tratamiento desde diferentes perspectivas generales con respecto a su función:

1. En el marco de las figuras retóricas o literarias, como recursos empleados para embellecer o jugar con el lenguaje. Además, influyen en la naturaleza afectiva de la audiencia ya que en el caso de las expresiones idiomáticas crean un tono de intimidad y confianza con esta.
2. En el marco de la Teoría de la Cortesía, ya tratado en los capítulos anteriores sobre los aspectos teóricos, se emplea como forma de reducir la posibilidad de que la noticia publicada suponga un acto que amenace la imagen de un país o de sus ciudadanos.
3. Como factor determinante en la formación o consolidación de los esquemas mentales y culturales de los lectores sobre la imagen de estos dos países. Tal como se ha explicado en el marco teórico de esta tesis, las metáforas cognitivas serán consideradas no solo parte del lenguaje, sino también parte del pensamiento.

En primer lugar se expondrán las figuras referidas a España, con los lemas *Spain*, *Spanish* y posteriormente las de Italia, con *Italy* e *Italian*. Las palabras con connotaciones aparecen en negrita. Se llevará a cabo una clasificación de los titulares

según su estilo familiar o de argot, la existencia de preguntas retóricas en forma de imperativo que apelan al lector, los recursos estilísticos (metáfora, aliteración, símil), la ironía y las acotaciones.

Los recursos estilísticos constituyen un modo muy efectivo para captar la atención de los lectores. Un proceso similar tiene lugar con las acotaciones, que vinculan el conocimiento enciclopédico con las noticias, es decir, con la información que las personas almacenan en la memoria a través de lo que han vivido.

A continuación, se ofrece el análisis de aquellos titulares que contienen elementos lingüísticos de interés para esta investigación.

### **3.2.1.2.1 Recursos hallados en los titulares de las noticias sobre España**

#### **Año 2013:**

#### ***Spain***

##### **(a) Metáfora y metonimia:**

- (1) «FTSE sees biggest daily **fall** since last July as Spain and Italy unsettle investors».

Metáfora lexicalizada del área económica. *Fall*, caer, y los verbos que implican descender se emplean para reflejar las pérdidas económicas, mientras que los verbos que significan subir muestran las recuperaciones y los incrementos.

- (2) «Spain **falls** further into **recession** as GDP **plunges** by 0.8%». Metáfora

lexicalizada del área económica. Al igual que en la noticia anterior, *Fall*, caer, y los verbos que implican descender -*plunge*, hundirse- se emplean para expresar las pérdidas económicas, mientras que los verbos que implican ascender o subir muestran las recuperaciones.

- (3) «**King Juan Carlos of Spain: a fairytale told by politicians**». En este titular se ha hallado un caso de metáfora y analogía que se desprende del nivel textual mediante las cuales el reinado del rey Juan Carlos se convierte en un cuento de hadas con tintes shakespearianos. Dada su extensión e interés, su análisis se desarrollará al final de este apartado.
- (4) «Spain **cuts deeper, brushing aside** IMF warnings over deficit reduction». Metáfora lexicalizada del área económica (*cut*, cortar, recortar) y metáfora novedosa (*brushing aside*).
- (5) «Spain unemployment **soars** to record high». Metáfora novedosa referida al remontar económico manifestado en la palabra *soar*, remontar el vuelo elevarse; renacer.
- (6) «With Gibraltar, and Spain's Moroccan outposts, **domestic politics is everything**». Metáfora e hipérbole empleadas para expresar el exceso de importancia dada a la política interior.
- (7) «Gibraltar row: **Spain** is using the latest **spat** to **drown out** corruption scandal at home» (13-08-08). Metonimia de uso generalizado en el lenguaje periodístico (*Spain* por el gobierno español), junto con dos metáforas novedosas (*spat* y *drown out*) para explicar el intento de ocultar un escándalo de corrupción.
- (8) «**Gibraltar** criticises **Spain** for sending divers to inspect reef». Metonimia de uso generalizado en el lenguaje periodístico (Gibraltar por las autoridades locales y Spain por el gobierno español).
- (9) «**Spain warms** to Mongolia – a **new take on satire**». Metonimia similar a los casos anteriores y metáfora novedosa (*warms*).
- (10) «**Spain's king** of the e-cigarette». Metáfora ampliamente generalizada en inglés y en español para expresar que algo o alguien es el mejor o el más destacado dentro de un área.

**(b) Aliteración:**

- (1) «Gibraltar squabble: centuries of **pain for Spain**». Aliteración basada en la repetición del fonema /p/
- (2) «Spain: **best budget beach** hotels on the Costa Brava and Costa Dorada». Aliteración basada en la repetición del fonema /b/

**Año 2013:**

*Spanish*

**(a) Metáfora y metonimia:**

- (1) «Spanish master Murillo's **long journey back into fashion**». Metonimia en la que se emplea el pintor por sus cuadros. Metáfora del viaje referida al tiempo o la historia. Constituye, además, una acotación.
- (2) «El Cid: Spanish history **enjoys a right royal revamp**». Personificación en *Spanish history enjoys [...]*.
- (3) «**Lloyds lifted by Spanish disposal** despite £250m loss on the deal». *Lifted* constituye una metáfora lexicalizada propia de la terminología legal y económica.
- (4) «**Fire Over England**: the untold story of the Spanish Armada». Metáfora novedosa en su primera versión cinematográfica del año 1937, basada en una novela homónima de A.E. W. Mason. Se emplea *Fire Over England*, para hacer alusión a la batalla de la Armada Invencible desde una perspectiva en la que el foco de atención se dirige hacia Inglaterra.
- (5) «**Spanish plume heats up** England for one day only». Metáfora lexicalizada dentro del lenguaje de especialidad. *Plume*, en español pluma o peñacho, designa un patrón meteorológico que da nombre a un fenómeno climático basado en la

combinación de lluvias torrenciales con altas temperaturas y granizadas en el noroeste de Europa.

- (6) «Spanish Beatlemania and Icelandic **horses steal the screen** at San Sebastián». Metáfora novedosa. El verbo *steal*, robar, que es generalmente negativo, es utilizado en sentido metafórico para tener unas implicaciones positivas. Constituye además un caso de prosodia semántica.
- (7) «**Orson Welles** and a **Spanish Snow White** make for a diverse Pordenone». Metonimias. En el primer caso, se emplea el nombre del director de la película exhibida para referirse a esta; en el segundo caso, el título del filme, que coincide con el nombre del personaje que le da el título a la película, adquiere la nacionalidad de la producción.
- (8) «Spanish students **hit** by **cuts** to European funding scheme». En este titular parecen dos metáforas. La primera es una metáfora novedosa, *hit*. En ella, se emplea un verbo que tiene un significado físico, golpear, para un verbo situado en el plano emocional; la segunda constituye una metáfora lexicalizada del área económica (*cut*) que significa bajar el salario o disminuir un presupuesto. En sentido literal es romper una superficie generalmente con unas tijeras. En español se emplea el término recorte para esta acepción.
- (9) «Spanish government **cleared of** blame for Prestige oil tanker disaster». Metáfora lexicalizada del área judicial, basada en la limpieza (Lo oscuro es malo y lo claro bueno).
- (10) «**Spanish taxes pay** for King Juan Carlos to go **from have-yacht to have-not**». En este titular, a la personificación de *Spanish taxes* se añade un juego de palabras. Constituye además una acotación.
- (11) «Spanish cinema reels after 15% box-office **dive**». Metáfora novedosa tomada del cine manifestada mediante el verbo *reels*; por otro lado **dive**, bucear, se emplea para indicar un descenso en las taquillas.
- (12) «**Yours for €100m**: Spanish airport, mint condition, one careless owner». Aparece la metáfora lexicalizada *mint conditions*, que significa en inmejorables condiciones,

en alusión a las buenas propiedades de la menta.

**(b) Aliteración:**

(1) «Send for the cobrador: **business booms** for Spanish debt collectors». Aliteración basada en la repetición del fonema /b/

(2) Spanish history enjoys a **right royal revamp**. Aliteración basada en la repetición del fonema /r/

(3) «Spanish Beatlemania and Icelandic **horses steal the screen** at **San Sebastián**». Aliteración basada en la repetición del fonema /s/

**(c) Preguntas retóricas:**

(1) « Can you learn Spanish in 150 minutes? ». Pregunta que apela a la atención del lector.

**(d) Expresiones coloquiales o argot:**

(1) « **Yours for €100m**: Spanish airport, mint condition, one careless owner». Las preguntas retóricas se repiten en el cuerpo de la noticia: Got a private jet already? O Why not buy your own airport?, en las que se emplea la ironía.

**(e) Acotación:**

(1) «Spanish master Murillo's **long journey back into fashion**». Este titular sobre arte emplea una acotación parcial tomada de “Long day’s journey into Night”, obra teatral del dramaturgo norteamericano Eugene O’Neill. Considerada su obra maestra, fue escrita en el año 1941.



- (2) «**Spanish taxes pay** for King Juan Carlos to go **from have-yacht to have-not**». Esta acotación está hecha a partir de la famosa película dirigida por Howard Hawks “to Have and Have not” (1944), que fue protagonizada por Humphrey Bogard y Lauren Bacall. Está basada en la novela homónima de Ernest Hemingway escrita en 1937.

**(f) Prosodia semántica:**

- (1) «Spanish Beatlemania and Icelandic horses **steal the screen** at San Sebastián». El verbo steal, robar, que es generalmente negativo, es utilizado en sentido metafórico para tener unas implicaciones positivas. Constituye, por tanto, un caso de prosodia semántica.

En la tabla que aparece a continuación se ofrece los datos cuantitativos sobre el empleo de estos recursos en el año 2013:

RECURSOS ESTILÍSTICOS	SPAIN	SPANISH	TOTAL
Metáfora/metonimia	10	12	22
Aliteración	2	3	5
Preguntas retóricas	0	1	1
Argot	0	1	1
Acotaciones	0	2	2
Prosodia semántica	0	1	1

Tabla nº 6. Recursos estilísticos con los lemas *Spain* y *Spanish* en el año 2013.

## Año 2014:

### *Spain*

#### (a) Metáfora y metonimia:

- (1) «Anti-abortion film competition for students **stokes debate** in Spain». Metáfora novedosa y personificación (*stoke*).
- (2) «Counterfeiter with perfectionist **streak** arrested in Spain». Metáfora lexicalizada o jerga en *streak* (mancha, en su sentido literal).
- (3) «Spain's unemployment rise tempers **green shoots of recovery**». Metáfora basada en la agronomía.
- (4) «Spain's **black economy booming** as GDP continues slow **growth**». Constituyen tres metáforas lexicalizadas del área económica. *Black economy*, traducida al español como economía sumergida, toma en inglés el color negro para designar algo ilegal; esta misma metáfora del color se emplea en castellano como “dinero negro”. El segundo caso es *booming*, de carácter onomatopéyico y el último, *growth*, una metáfora basada en los organismos vivos.
- (5) «Spain's tough new abortion law **advances** after secret vote» Metáfora lexicalizada del área judicial (*advance*, ir hacia adelante), basada en un verbo de movimiento.
- (6) «Spain **regressing on human rights**, says high-profile judge». Metáfora lexicalizada del área judicial (*regressing*, ir hacia atrás) basada en un verbo de movimiento.
- (7) «Spain's poor affected the most among OECD nations in financial **downturn**» (14-03-19). Metáfora lexicalizada del área económica, *downturn*, girar hacia abajo es una recesión.
- (8) «Venezuela **lashes out** at Spain after exports of riot gear». Metáfora lexicalizada en *lash out*, que literalmente procede de la palabra látigo.

- (9) «Spain's everyday **internet warrior** who **cut** free from **Google's tentacles**». Metáfora novedosa en *internet warrior*, *cut* y *Google's tentacles*. Los tentáculos de google hace referencia a su alcance e importancia.
- (10) «Juan Carlos abdication **sparks** calls for referendum on Spain's monarchy». Metáfora novedosa en el verbo to spark, que literalmente significa chispear.
- (11) «France, Germany and Italy urged to follow Spain's lead to **revive eurozone**». Metonimia en el empleo de los nombres de los países por sus gobiernos y metáfora/personificación en el verbo *revive*, al referirse a la eurozona.
- (12) «Princess Cristina corruption case in Spain is given **go-ahead**». Metáfora. La expresión *to give the go ahead* (informal) significa autorizar, dar el visto bueno. Se asienta sobre la acción física de ir hacia adelante.
- (13) «Spain abandons plan to introduce **tough new abortion laws**». Metonimia el país por sus responsables.
- (14) «**Highlights of Cadiz and the Costa de la Luz** in Spain: reader's tips». Juego de palabras mediante *highlights* y Costa de la Luz.
- (15) «**Spain gets taste for greens as vegans, vegetarians and vegivores flourish**». *Flourish* es una metáfora del mundo vegetal utilizada para señalar un aumento en la población de veganos y vegetarianos. En el titular hallamos además la metonimia de *Spain* para hacer referencia a los ciudadanos del país.
- (16) «Poverty and education: a '**lost decade**' for Spain's children». Metáfora de uso generalizado en la actualidad. Este término fue acuñado en el área económica para referirse al periodo que atravesó Japón en la última década del siglo XX.
- (17) «Spain's oldest dictionary **under fire** for equating 'gypsy' with 'cheat'». *To be under fire* se emplea metafóricamente para expresar ser atacado con críticas severas.

**(b) Aliteración:**

- (1) «**Top 10 budget beach** hotels in Andalucía, Spain: part two». Aliteración basada en la repetición del fonema /t/
- (2) «**Pain in Spain** as bank warns of 10-year jobs blight and public debt leaps €8.1bn». Aliteración basada en la repetición del fonema /p/
- (3) «El Greco in New York review: **as good as it gets outside Spain**». Aliteración basada en la repetición del fonema /g/
- (4) «Spain urged to swap **bull run for ball run**». (Juego de palabras). Aliteración basada en la repetición de los fonemas /b/ y en la repetición de *run*.

**(c) Preguntas retóricas:**

- (1) «Google News Spain to be shut down: **what does it mean?**».

**(d) Expresiones coloquiales o argot:**

- (1) «Spain's newspaper publishers **put their faith in 'Google tax' law**».
- (2) «Glasgow's coffees **have more kick** than those in Italy and Spain». Jerga.
- (3) «Spain **crosses its fingers** for El Gordo lottery's €2.24 bn prize money».

**(e) Acotaciones:**

- (1) «Crown Prince Felipe: **the man who will be king** of Spain». Este titular hace referencia a una película británica de 1975 considerada como una de las grandes producciones del género de aventuras. *The man who would be King*, dirigida por John Huston y traducida al español como *El hombre que pudo reinar*, está basada en un cuento homónimo de 1888, escrito por R. Kipling.

- (2) «**From Spain to Eternity review** – El Greco's world resurrected with care».

Mientras que la segunda parte del titular contiene una metáfora para expresar la exhibición de sus obras (*resurrected*), la primera parte hace alusión a la película ganadora de dos Óscars, *From here to eternity* (1953), basada en la novela homónima de James Jones de 1951. Está protagonizada por Burt Lancaster y fue dirigida por Fred Zinnemann.

- (3) «**Flying high** with Spain's neon-painted pigeons». Referencia al cine, la televisión y el teatro. La película *Flying high* (1931), que está basada en un famoso musical de Broadway de 1930, fue también adaptada para la televisión.

## **Año 2014:**

### ***Spanish***

#### **(a) Metáforas y metonimias:**

- (1) «Spanish government questioned over claims of **divine help** in economic crisis».

*Divine help* es una metáfora empleada tanto en español como en inglés para hacer alusión a la realización de una tarea que no se puede llevar a cabo por los propios medios.

- (2) «Corrupt Spanish politics faces **shock therapy** from an angry electorate».

Metáfora procedente de la psiquiatría, *shock therapy* es un término muy empleado en la economía.

- (3) «Top Spanish architect wins lawsuit over '**Calatrava bleeds you dry**' website».

Traducción de la página web española “Calatraba te la clava”. La metáfora original en español tiene un sentido parcialmente diferente a la traducción hecha en el titular inglés. Hace alusión al supuesto derroche de dinero público y a los proyectos ruinosos llevados a cabo por el arquitecto de Valencia.

- (4) «Spanish Ebola case requires rapid response to allay **western fears**». Metonimia en

*western fears*, ya que es la gente y no un área o una zona la que siente el temor ante la posibilidad de que esta enfermedad se extienda por Europa.

- (5) «Spanish activists **launch** street referendum over future of monarchy». *Launch* en sentido literal significa lanzar y se emplea inicialmente en inglés aplicada a cohetes, barcos; con productos, significa poner en el Mercado. En este titular se emplea en sentido figurado como llevar a cabo.
- (6) «Neanderthal faces **emerge from the gloom** of a Spanish cave». Metáfora novedosa para expresar el hallazgo de unas pinturas (*emerges*) en unas cuevas en España. La metáfora se sostiene también en el sustantivo *gloom*, oscuridad, referido al lugar donde son halladas.
- (7) «Ebola crisis: Spanish health workers **attack** poor training for **combating** virus». Metáfora de la guerra referida a las enfermedades en *combating*. El sentido metafórico se refuerza en el verbo *to attack*, referido a la acción de los trabajadores sanitarios.
- (8) «Threat to euthanise pet dog of Spanish nurse with Ebola **sparks** online campaign». Metáfora en el verbo *to spark*, que en su sentido literal significa soltar chispas y en su sentido figurado es provocar, desencadenar, desatar.
- (9) «Ebola: Spanish nurse making “**giant steps**” towards recovery». *Giant steps*, que da nombre a un juego infantil inglés, se emplea coloquialmente para expresar un gran avance.
- (10) «Spanish authorities arrest 51 top figures in anti-corruption **sweep**». El término *Sweep* constituye una metáfora lexicalizada del área policial que se utiliza en inglés y en español.
- (11) «Wine: move over Spanish rioja – Argentinian malbec is **the new red kid in town**». *Red kid*, niño rojo, se emplea metafóricamente para referirse a un vino que está desplazando del mercado internacional al tinto español de la rioja. Además, constituye una acotación.
- (12) «Spanish politician who built **ghost airport** begins jail term for tax fraud». *Ghost*

constituye una metáfora lexicalizada que se aplica generalmente a ciudades o pueblos, tanto en español como en inglés, para significar que están en estado de abandono. Al aparecer calificando al sustantivo aeropuerto adquiere un sentido novedoso.

(13) «Record-breaking tortilla attempt **turns into** big embarrassment for Spanish city».

(14) «Google '**plays hardball**' in Spanish news row». Metáfora basada en una expresión colloquial. Hace referencia a las actuaciones de Google.

#### (b) Aliteración.

(1) « **Potty plan**: Spanish town sets up dog toilet». Aliteración basada en la repetición del fonema /p/.

(2) «Spanish town hires its own **pet (poo) detective**». Aliteración basada en la repetición del fonema /p/.

#### (c) Preguntas retóricas que apelan al lector:

(1) «**Economic boost?** Sephardic Jews contemplate a return to Spain». En este caso, el titular emplea una pregunta retórica para poner en duda la veracidad de lo cuestionado.

(2) «Spain's newspaper publishers put their faith in 'Google tax' law. **But will it really work as they want it?**». Como en el caso anterior, el titular mediante una pregunta retórica pone en duda la veracidad de lo cuestionado.

#### (d) Expresiones coloquiales o argot:

(1) «Spanish resort **cracks down** on rowdy stag and hen parties». *Crack down* es

también una metáfora lexicalizada empleada para expresar una medida por parte de una compañía hotelera española.

(2) « **From J-Lo to Strictly**: why more students are learning Spanish». En este titular se emplea J-Lo para referirse coloquialmente a Jennifer López; por otra parte, Strickly es la denominación de un famoso programa televisivo. Se hace alusión a la motivación de los jóvenes producida por la música para el estudio de la lengua española.

(3) «Jacuzzi, art deco theatre and leotards **up for grabs** in Spanish auction». Expresión coloquial equivalente a la expresión española “para quien lo quiera”.

**(e) Acotación:**

(1) «Wine: move over Spanish rioja – Argentinian malbec is **the new red kid in town**». Este titular hace uso de la famosa canción de *The Eagles* “New kid in town”. Está contenida en el álbum *Hotel California* (1976).

En la tabla que aparece a continuación se ofrece los datos cuantitativos sobre el empleo de estos recursos en el año 2014:

RECURSO ESTILÍSTICO	SPAIN	SPANISH	TOTAL
Metáfora/metonimia	17	14	31
Aliteración	2	2	4
Preguntas retóricas	1	2	3
Argot	3	3	6
Acotaciones	3	1	4
Prosodia semántica	0	0	0

Tabla nº 7. Recursos estilísticos con los lemas *Spain* y *Spanish* en el año 2014.



En la siguiente tabla se proporcionan los datos cuantitativos totales de los años 2013 y 2014 de las noticias sobre España que contienen recursos estilísticos en sus titulares.

<b>RECURSO ESTILÍSTICO</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Metáfora/metonimia</b>	22	31	53
<b>Aliteración</b>	5	4	9
<b>Preguntas retóricas</b>	1	3	4
<b>Argot</b>	1	6	7
<b>Acotaciones</b>	2	4	6
<b>Prosodia semántica</b>	1	0	1

Tabla nº8. Recursos estilísticos sobre España empleados en la totalidad de los titulares.

### **Ejemplos de recursos hallados en el cuerpo de la noticia:**

En el corpus elaborado para esta investigación se han hallado un número importante de metáforas asociadas a España. Por esta razón se ofrece una clasificación basada en su contenido temático.

Se ha hallado un uso frecuente de mecanismos lingüísticos como las metáforas, las creaciones léxicas análogas, así como la ironía y los juegos de palabras, entre otros. Para cerrar este apartado, se proporciona el ejemplo de una metáfora que se desarrolla a lo largo de todo el texto cuyo titular ya ha sido mencionado.

### **Economía**

- (1) «**A large bucket of cold water** was poured onto the equity market rally today as we saw the first sign of nerves from investors so far this year». Esta expresión está incluida en una noticia sobre la preocupación por la economía en la eurozona, especialmente por la situación de España e Italia. Esta expresión idiomática significa “quitar la esperanza”; en este caso se utiliza para referirse a la llegada de la incertidumbre y la desaparición de la euforia de los inversores.

- (2) «The EU has "**washed its hands**" of an invasion of snails in a Spanish river delta that are destroying crops and threaten to spread into other southern European wetlands, farmers say». Se hace uso del sentido figurado de esta expresión bíblica para expresar que la Unión Europea se desentiende de los problemas de los agricultores españoles respecto a la invasión del caracol en sus cultivos.

## Política

### Independentismo escocés

- (1) «In the strongest and most **apocalyptic intervention** from Europe to date in the increasingly divisive Scottish debate, [...]». Se crea una metáfora al hacer uso del adjetivo “apocalíptico” (fin del mundo) en relación a la independencia de Escocia. Este fragmento está extraído de una noticia donde Mariano Rajoy se pronuncia sobre el independentismo escocés y en una búsqueda por contener los movimientos separatistas en España.
- (2) «It would have acted **as a kind of icebreaker** for difficult issues for difficult issues such as EU membership and Nato membership». (En palabras de Alberto Royo, responsable de la diplomacia catalana). En lo relativo al independentismo escocés respecto del catalán, se emplea este símil o comparación para poner de manifiesto que el caso de Escocia supone un precedente para Cataluña, ya que abriría camino para poder solucionar las situaciones más tensas.

### Independentismo catalán

Las actuaciones llevadas a cabo por el movimiento independentista catalán están conceptualizadas mediante la metáfora *push* (empujar) de manera reiterada, tal como se observa en los siguientes ejemplos hallados en las noticias:

- (1) «The remarks come on a key day in the **push** for Catalan independence».
- (2) «[...] **push forward** with an illegal vote» (elecciones catalanas).
- (3) «the anti-independence vote in Scotland will have little effect on their **push** to secede from Spain».

(4) «Mas has vowed to **push forward** with the planned referendum in November».

A continuación, se presentan otras metáforas que se emplean en esta misma temática:

(1) «[...] on an independence referendum **stridently** opposed by Madrid». Se trata de una metáfora mediante la cual el sonido se emplea para referirse a la intensidad de una oposición. Según el diccionario de la R.A.E., la palabra estridente se usa para referirse a un “sonido agudo, desapacible y chirriante”. Con la expresión metafórica empleada en *Theguardian.com* se pone de manifiesto el *ruido* o la polémica que está provocando la independencia catalana.

(2) «Without those two elements we continue in a situation of both saying their piece without heading in any **clear direction. I don't see a way out**». Los problemas se representan como un lugar en donde se está (como en el caso de *to be in trouble*), de donde hay que salir y la solución es la salida. Desde este enfoque, esta declaración sobre el referéndum independentista deja patente la dificultad de hallar una solución a este conflicto.

(3) «If Spanish courts **shut down** all possibilities of a referendum. Madrid **was open** to dialogue». Metáfora lexicalizada en los verbos *open*, abrir, con connotaciones positivas y *shut down*, cerrar, con connotaciones negativas.

(4) «Spain's parliament **torpedoed** the Catalan government's independence **drive**». En este caso ha utilizado un verbo del campo semántico belico-naval para crear una metáfora y así referirse a un “ataque” del gobierno español hacia el gobierno de la independencia catalán.

(5) «Pujol, who remains a powerful **player** in the region». En esta metáfora equipara a Jordi Pujol, ex –presidente de Cataluña y acusado de evasión de impuestos, como un “jugador” poderoso de la región.

(6) «Until the court's announcement the **legal limbo** surrounding the referendum had allowed the campaign to begin». Esta metáfora alude a un sentido religioso al referirse al marco legal del referéndum como un “limbo”, cuya acepción más

común es el lugar donde según la doctrina católica, van las almas de quienes mueren sin haber sido bautizadas. En este contexto, describe una situación de vacío.

- (7) En palabras de Rajoy: «**right the ship** and overcome the **sterile dialectic** of confrontation [...]. It cannot be the obligation of the government to find an intermediate **meeting point**». En la primera, la metáfora de la náutica (el país es un barco que está torcido) se usa para señalar que hay que enderezar la situación de nuestro país y con la segunda sugiere que se debe superar esta confrontación, que no lleva a ningún lado (*sterile*). Por último, llegar a un acuerdo es encontrar un lugar de encuentro intermedio (*meeting point*).
- (8) En las palabras de Francesc Homs, miembro del gobierno catalán, haciendo referencia a la suspensión del referéndum, se emplean los siguientes mecanismos lingüísticos: «We won't just stand there with **stand there with our arms crossed** as if **the game is over**». Con estas expresiones idiomáticas (estar con los brazos cruzados, se acaba el juego) hace hincapié en la búsqueda de otras opciones para conseguir el referéndum catalán.
- (9) «I started with optimism and the hope that **true democracy had taken root**». A través de esta metáfora originada en el mundo vegetal se expresa la creencia de que la democracia estaba asentada en España.
- (10) «I ask the UK and its institutions (in which I include the press), **beacons of democracy** throughout the civilised world, not to ignore the Spanish question again and to continue to promote democracy». Se expresa, mediante una metáfora, un llamamiento hacia las instituciones británicas a través de una carta al director como “faros de la democracia” que informen al mundo de la situación de España con respecto al referéndum catalán.
- (11) «The **lesson** from Britain is that Spain will be a changed country if Catalonia stays». Toman una palabra vinculada al aprendizaje para manifestar que se debería aprender de la experiencia de los británicos en cuanto a la gestión del independentismo.

- (12) «**There were waves [of people]**, they were quite difficult to stop [...]. ». En palabras de Juan José Imbroda). El alcalde de Melilla emplea una metáfora para expresar la gran cantidad de inmigrantes que están llegando de África para España y de la situación vivida en la frontera.

## Gibraltar

- (1) «The charge is being led by the Catholic, conservative daily ABC, which has led with Gibraltar for days now – it is a subject which resonates with an older generation who in the Franco years were taught that "**Gibraltar is a knife in the heart of every Spaniard**"». A través de una metáfora que compara Gibraltar con un cuchillo en el corazón de los españoles, se está haciendo eco de lo que se decía en época de Franco.

## Gestión del desastre del Prestige

- (1) Juan López de Uralde del partido político Equo expresa: «It is **a kick in the teeth** to all those people who went to help clean up the oil». Esta expresión idiomática se usa cuando alguien trata mal o injustamente a una persona cuando lo que necesita es apoyo. Con ello quiere reflejar lo ocurrido con el desastre del Prestige, ya que considera injusta la decisión del tribunal de absolver al gobierno de cualquier responsabilidad.

## Educación

- (1) «For Spanish students, who generally attend their local university, it has been an opportunity **to get a taste of the wider world**». En una noticia sobre los recortes en becas Erasmus, emplean una expresión idiomática para señalar que los estudiantes españoles perderán una gran oportunidad.

## Cultura

- (1) «Though a recent rise in applications to language GCSEs offers a **glimmer of hope** to linguists, the picture is still bleak». Respecto al idioma español, se

emplea esta expresión idiomática para decir que hay esperanza para los lingüistas ya que se está considerando el español como una opción de estudio para los alumnos británicos de educación secundaria.

### Sociedad

- (1) «The royals began to **lose their shine**, first with rumours of the king's extra-marital affairs and then the divorce of Cristina's older sister». Este titular emplea el sentido figurado del verbo *shine* para expresar que la monarquía española ha perdido popularidad. El brillo se asocia al glamour y la riqueza.

### Sanidad

- (1) «A glass of wine a day **may keep the blues at bay**, according to a Spanish study of the benefits of the Mediterranean diet». En este caso se observa por un lado, el empleo de la rima para conferirle sonoridad y, por otro, a través de una metáfora advierten que una copa de vino previene la depresión (*keep the blues at bay*).

### Relaciones internacionales

- (1) «The foreign minister, José Manuel García Margallo, said in Athens on Saturday **"It is not logical to add fuel to the fire when there is a conflict"**. Se hace uso de esta expresión idiomática para exagerar la postura agresiva contra España por parte del gobierno venezolano.

### Prosodia semántica:

- (1) « The revelations have **shone a spotlight on corruption** in Catalonia». *Shine*, normalmente un verbo con connotaciones positivas tal como se ha visto en un ejemplo anterior, en esta noticia acompaña a la corrupción.

## Ejemplo de una noticia sobre la monarquía con el empleo de la metáfora y la analogía:

“The Spanish monarchy's legitimacy was based on symbols, metaphors and, first and foremost, on storytelling”

King Juan Carlos of Spain must be **one of the most Shakespearian kings**, ever. His grandfather was ousted from the throne **like Richard II**, and **like Richard III**, his brother was killed (though in Carlos' case it was a tragic accident). **Like Hamlet** he had a difficult relationship with his father, and **like Macbeth**, he arrived at the crown by way of an evil creature (General Franco). It sounds inevitable that, **like King Lear**, in his old age he would be cursed with troublesome daughters. Now, one of them, Princess Cristina, has been summoned by a judge. She has to answer for allegations that, together with her husband the Duke of Palma, they misappropriated millions of euros in public funds. Some say this scandal, the latest in a long series of royal mishaps, threatens the very institution of monarchy in Spain. But is it so?

The rule of King Juan Carlos of Spain is a very interesting example of how the essence of monarchy is not history, but a story – and how tricky that is. The **Spanish monarchy is a literary institution**. It was born outside and above the law. Its legitimacy was based on symbols, metaphors and, first and foremost, on storytelling: a mostly imaginary tale of continuity and exceptionality. Modernity changed this a bit, but not by much. **Like theatre, monarchy had begun like a religious cult and ended in a popular spectacle**. That was all. **In stable systems like the UK, this transition from statecraft to stagecraft could be done more or less effectively, but in Spain it was pushing the trick too far.**

Kings have never been popular in Spain. Of the last eight monarchs, one was overthrown by his own son, two abdicated and another two were ousted by popular uprisings. All rose to the throne in controversial circumstances, except one (who was later ousted). By the time of King Juan Carlos's coronation, Spaniards had not known a monarch for almost half a century, the king's legitimacy came directly from a military dictator, and the **odd choice of a double name was devised to hide the fact that he was wrestling the crown from his father, also named Juan.**

**You need Scheherazade in person to fix this narrative.** And yet, it was done by far less colourful Spanish politicians, the young Francoist and the fresh Socialists: the king, we were told, "had brought" democracy to Spain. His family was austere, like any other Spanish family. They were said to "break the protocol" so often that you end up wondering why protocol existed in the first place. It was said that republicans loved him too and would vote for him for president.

Like with all story-telling, there's some truth in this fiction. Yes, the king did assist the transition to democracy, and he stood against the 1981 military coup. Yet the often overlooked fact here is that he had no alternative if he wanted to reign. It was true that he was not ostentatious, but he wasn't austere either. It is true that he seems a likeable person, but not exemplary. He was a patron of the WWF, but he also loves hunting elephants. He needed not to be perfect, but now he has to, because that was the nature of the narrative his friends concocted.

The excess of fiction is now being replaced by an excess of reality. A dead elephant in Botswana and the court summons of the princess have laid that old narrative to rest. **But is it really the end of the monarchy?**

I'm not so sure. In our modern world, unpopularity is no longer a game-changer for institutions. All of them are unpopular to some extent, and today's monarchy has a new, most powerful source of legitimacy, better than divine right: routine. Where it exists, **it is the default setting**, so to speak. It seems as stable as helium. In the case of Spain, only a profound political crisis (say, one triggered by the independence of Catalonia) could **upset the balance**. Meanwhile, **abdication is indeed a possibility (that's what Lear did; it didn't work for him)**. Yet this would only happen because it could be construed as a fresh start, the basis for a new round of story-telling.

*(King Juan Carlos of Spain: a fairytale told by politicians, Theguardian.com, 5/4/ 2013).*

Esta noticia mantiene la tesis de que la monarquía española se legitima asentándose mediante símbolos, analogías y metáforas. En ella, se recrea una analogía que nos lleva al universo *shakesperiano*. El abuelo del rey español fue destronado como lo fue Ricardo II; vinculan la muerte de su hermano con el asesinato de Ricardo III, si bien se puntualiza que el caso del rey Juan Carlos I fue un trágico accidente; como Hamlet, tuvo una difícil relación con su padre y como Macbeth, llegó a la corona por medio de una “criatura del mal”, haciendo alusión a Franco. Finalmente, como el rey Lear, en su vejez tuvo que solventar los graves problemas con su hija.

La recreación de este mundo facilita la interpretación del lector y enriquece sus mapas mentales, ya mencionados en la parte teórica. Es posible establecer de esta manera vínculos entre la literatura y el periodismo para fortalecer unos estereotipos de carácter negativo sobre España.

Es posible afirmar que en esta noticia, los estereotipos se vinculan con la base cultural de los esquemas y modelos mentales. En ella, el contenido ha adoptado un formato de cuento. Según las teorías cognitivas sobre la creación de modelos mentales, el cuento facilita el recuerdo (Velasco Maillo, 2003). Esto supone para el lector un estilo familiar al tomar referencias de la obra de Shakespeare. De esta manera, el esquema mental se



activa de una forma más fácil, consiguiendo que el recuerdo sea mucho más perdurable (Velasco Maillo, 2003). Así, las ideas asociadas con la familia real se refuerzan a través de vínculos entre la base cultural y la creación de esquemas mentales de los lectores. Además, es preciso señalar que la teoría de la cortesía (*Politeness*) está presente en el enfoque de la noticia, ya que si en lugar de haber empleado las metáforas y el estilo literario hubiera usado un lenguaje directo, podría haber tratado como un acto que amenaza a la imagen (*face threatening act*. Véase la teoría de la cortesía) y causado un conflicto diplomático con la familia real. Por tanto, se puede decir que la metáfora además de enriquecer el texto con referencias literarias lleva a cabo una función atenuadora del discurso.

### 3.2.1.2.2. Recursos hallados en los titulares de las noticias sobre Italia

A continuación, se presenta una clasificación de los titulares que contienen los lemas *Italy/Italian*, según los recursos estilísticos, el estilo familiar o de argot, preguntas retóricas en forma de imperativo que apelan al lector, y acotaciones.

#### Año 2013:

##### *Italy*

##### (a) Metáforas y metonimias:

- (1) «Silvio Berlusconi's furious debate **glues Italy to** television». Metáfora (*glues to*) y metonimia (el nombre del país por sus gentes).
- (2) «FTSE sees biggest daily **fall** since last July as Spain and Italy unsettle investors». Metáfora lexicalizada del área de la economía, ya comentada en el apartado de metáforas sobre España.
- (3) «**Italy tales: 'It's like a circus with clowns** entertaining the mass'». Analogía en la que se compara a los políticos italianos con payasos.
- (4) «**Italy tales: 'Information in this country is crap'**». Metáfora que, contrariamente a otros casos hallados, no tiene la función de evitar un ataque directo a la imagen de los medios de comunicación (teoría de la cortesía). Se emplea para denunciar de una manera muy directa la supuesta falta de calidad y veracidad de los medios de comunicación en Italia.
- (5) «**Italy tales: 'We are a smiling, hopeless country'**». Metonimia del país por sus gentes que incluye una paradoja al unir la sonrisa a la desesperanza.
- (6) «How Beppe Grillo's social media politics **took Italy by storm**». Metáfora empleada en la política tomada del mundo de la meteorología, que significa tener un éxito rotundo, arrasarlo.

- (7) «Italy's prospects look **grim**». Metonimia de Italia por su futuro político.
- (8) «Paolo Di Canio 'facism' **furore** at Sunderland leaves Italy **divided**». Se observa el uso de la metonimia en el uso de *Italy* por *Italians* y de una metáfora, ya que dividir es, en sentido figurado, tener diferencias de opinión. Se observa también el uso del término de origen italiano *furore*.
- (9) «**Italy shivers** through '**cursed spring**' of relentless rain» Este titular contiene la metáfora y la metonimia en *shivers* y metáfora en *cursed*. Este término, asociado a las maldiciones y maleficios, se emplea en sentido figurado para expresar reflejar la mala fortuna.
- (10) «Storytelling school seeks to **inspire a happy ending to Italy's recession**». Metáfora lexicalizada en el ámbito económico en *recession* y en *happy ending*, tomado de la literatura infantil.
- (11) «Silvio Berlusconi threatens Italy with **political turmoil in battle** with judges». La primera metáfora está asociada al mundo de la medicina (*turmoil*), la segunda, es una metáfora del dominio de la guerra llevada al campo de la política (*battle*).
- (12) «Italy **sees summer surge** in migrant boat landings». Se observa la metonimia en el uso de *Italy* por la gente de Italia, y una metonimia en *surge*, que significa explosión o arrebato.
- (13) «Italy's latest coalition crisis is **a morbid symptom of deeper political malaise**». El concepto “morbid symptom” está tomado de la cita: “*The old is dying and the new cannot be born; in this interregnum a great variety of morbid symptoms appear*”, de Antonio Gramsci, político marxista de principios del siglo XX. En el cuerpo de la noticia viene expresado de la siguiente forma:

Evidently, this crisis, whatever its short-term outcome, is but an inflection of much deeper and more complex one, a crisis of political representation with roots in a declining economy. Antonio Gramsci described this phenomenon quite aptly in his prison notebooks: "The old is dying and the new cannot be born; in this interregnum a great variety of morbid symptoms appear."

A su vez, en este titular se ha empleado un cultismo para expresar la situación política italiana. El término francés *malaise* se define como un sentimiento generalizado de malestar o enfermedad cuyas causas son difíciles de identificar.

(14) «Silvio Berlusconi **U-turn** keeps Italy's grand coalition **afloat**». Metáfora, *afloat*, tomada de la náutica. Silvio.U-turn constituye una metáfora de imagen, mientras *Coalition afloat* es una metáfora naval. Christopher Duggan, profesor de historia en la Universidad de Reading expresa en el cuerpo de esta noticia: “Berlusconi’s humiliating U-turn, in the face of the impending defection of some two dozen of his party’s senators, [...]”.

(15) «Italy heads to polls amid fears of political **stalemate**». Metonimia en Italy por los ciudadanos italianos. Metáfora en *stalemate* que en ajedrez es tablas.

#### (b) Aliteración:

(1) «South Italy's **top 10 budget beach hotels**». Aliteración basada en la repetición de los fonemas /t/ y /b/.

(2) «Italy's **banks bear brunt** of inconclusive election with share fall». Aliteración basada en la repetición del fonema /b/.

(3) «Italy **sees summer surge** in migrant boat landings». Aliteración basada en la repetición del fonema /s/.

#### (c) Preguntas retóricas:

(1) «Why **ignorant racists still flourish** in multicultural Italy ». (Véase también apartado de prosodia semántica)

(2) «Benito Mussolini: a **dictator for all seasons** in Italy? ». (Véase también acotaciones)

#### (d) Expresiones coloquiales o argot:

- (1) «**No laughing matter: Comedians from Italy to the US are reforming politics**».
- (2) «Italy election: the '**forgotten generation**' seeking opportunities abroad».
- (3) «Italy votes: challenge of the **new poor hits 'little Manchester'**». En el siglo XIX San Givanni fue el llamada la pequeña Manchester de la Emilia romana, por ser una de las regions más desarrolladas de Italia.
- (4) «Italy heads to polls amid fears of political **stalemate**».
- (5) «Italy election **neck-and-neck** between Berlusconi's right and Bersani's left».
- (6) «**Italy tales: hopes and fears** for the general election».
- (7) «FTSE 100 **shrugs off Italy woes** but ENRC drops after asset write-off». Shrug off es una expression colloquial que hace referencia al gesto corporal de encogerse de hombros.

**(e) Acotaciones:**

- (1) «Benito Mussolini: a **dictator for all seasons** in Italy?». Titular en modo de pregunta retórica que hace referencia a la producción cinematográfica “A man for all seasons”. Estrenada como “Un hombre para la eternidad” en España, esta película británica dramática data de 1966 y fue ganadora de seis Oscars. Al igual que otros films en los titulares analizados, está basada en una obra de teatro homónima (Robert Bolt).

**(f) Prosodia semántica:**

- (1) «Why **ignorant racists** still **flourish** in multicultural Italy? »

Este titular contiene elementos de diferentes grupos entre los establecidos en este apartado. Por un lado, expresa un elemento negativo (*ignorant racists*) hacia la sociedad italiana. Por otro lado, señala un adjetivo de significado positivo para Italia (*multicultural Italy*). En ambos casos estamos ante un ejemplo de prosodia

semántica puesto que a través de dos los elementos contrapuestos (*racists/multicultural*) genera una ambigüedad semántica. Además, también se puede hablar de prosodia semántica al vincular *racism* a *flourish*. Por último, la pregunta retórica de este titular emplea una metáfora del mundo vegetal a través del uso del verbo *flourish*.

## **Año 2013:**

### ***Italian***

#### **(a) Metáfora, metonimia:**

- (1) «Ferrari **sales suffer** as Italians shun luxury cars». Metáfora que implica una personificación (*suffer*) y una metonimia, al emplear el nombre de la compañía de automóviles por las personas que la integran en su primera parte; por otro lado, *shun* se emplea en forma figurada al expresar el descenso en las compras de estos coches en Italia.
- (2) «Italian driver's parking attempt **brings** Naples street to a **guffawing** standstill».
- (3) «Italian election: L'Aquila's voters search in vain for a **saviour**». *Saviour*, salvador aparece en sentido metafórico. Constituye un término latino que llega al inglés partir del francés.
- (4) «Italians **weigh up** 'least worse' option as election **looms**». Uso figurado del verbo *to weigh* a la hora de hacer una elección;
- (5) «FTSE 100 finishes higher despite UK rating cut and **Italian election worries**». Metonimia en *worries*.
- (6) «Barclays **leads the way lower** as FTSE 100 **falls** more than 1% after Italian election». Metáforas lexicalizadas del área de la economía.
- (7) «FTSE 100 loses 1% after Italian election **deadlock**, with banks **leading the**

**way lower».**

- (8) «Italian election: **stalemate threat sends shivers through** the Eurozone».

Metáfora basada en una reacción corporar al miedo (*shivers*).

- (9) «Italian election **deadlock** – Sicilian **defence** and other **checkered moves**».

- (10) «FTSE 100 **regains losses** made after Italian election impasse, as Tesco **climbs** despite Korea talk».

- (11) «Pier Luigi Bersani resignation **plunges** Italian politics into further chaos».

Metáfora lexicalizada

- (12) «Italian culture minister's comments about food leaves chefs **simmering**»

- (13) «Italian integration minister issues defiant response to **banana stunt**»

- (14) «US, Italian and Greek political **woes hit** FTSE 100, but builders buoyed by Help to Buy».

- (15) «FTSE 100 falls on US, Italian and Greek political **woes** but housebuilders **boosted** by Help to Buy».

- (16) «Film today: Italians **stunned by 'racist' Don Jon**». El término *stunned* se considera como metáfora novedosa puesto que una película no puede dejar “aturdidos”. Por otro lado, en este mismo titular se ha hallado la metonimia en *'racist' Don Jon*, referido al racismo contenido en la versión que se ha llevado a cabo de la obra de Zorrilla.

#### **(b) Aliteración:**

- (1) «Tree **find confirms** Italian Alpine melt». Aliteración basada en la repetición del fonema /f/.

- (2) «Ferrari **sales suffer** as Italians shun luxury cars». Aliteración basada en la repetición del fonema /s./

**(c) Preguntas retóricas:**

- (1) «**Why is Britain obsessed with Italian restaurants?** ». Pregunta retórica que incita al lector a la reflexión.

**(d) Expresiones coloquiales o argot:**

- (1) «Italian journalist who broke pope's resignation **plays it cool amid plaudits**».
- (2) «Kate Middleton '**baby bump**' photos published by Italian magazine».
- (3) «Markets **rocked** by Italian political **stalemate**».
- (4) «Amanda Knox's retrial puts Italian justice **in the dock**».

En la tabla que aparece a continuación se ofrece los datos cuantitativos sobre el empleo de estos recursos del año 2013:

RECURSO ESTILÍSTICO	ITALY	ITALIAN	TOTAL
Metáfora/metonimia	14	16	30
Aliteración	3	2	5
Preguntas retóricas	2	1	3
Argot	7	4	11
Acotaciones	1	0	1
Prosodia semántica	1	0	1

Tabla nº9. Recursos estilísticos con los lemas *Italy* e *Italian* en el año 2013.



## Año 2014:

### *Italy*

#### (a) Metáforas y metonimias:

- (1) «Enrico Letta **steps down** as prime minister of Italy». Un movimiento físico hacia abajo (*step down*) implica un descenso en categoría.
- (2) «The Great Beauty **portrays** Italy more faithfully than its new prime minister». En este titular hallamos un caso de metonimia al utilizar el país por sus habitantes. Asimismo, en él está presente la metáfora (en el verbo *portrait*) y la paradoja y la ironía.
- (3) «Italy's Democratic party **scores stunning win** at European elections». En este caso, la política se conceptualiza como un juego.
- (4) «Arles: photographer Nicolo Degiorgis **lifts the veil** on Italy's Islamophobia». Metáfora en la que se produce también el uso de una expresión coloquial. Quitar el velo, destapar, implica poner de manifiesto algo que antes estaba oculto.
- (5) «Costa Concordia captain's seminar **sparks row** at Italy's biggest university». Uso figurado de *spark* al aparecer junto a *row*. En este caso implica levantar polémica.
- (6) «Angela Merkel **scolds** Italy and France over the faltering eurozone recovery».
- (7) «Highlights of Calabria, Italy: readers travel tips».
- (8) «Italy's mafia and state **are under the spotlight**, and not before time».
- (9) «France, Germany and Italy urged to follow Spain's lead to **revive eurozone**». Metáfora ampliamente utilizada en el área económica, que se personifica como un organismo vivo.
- (10) «Brussels defers punishing France and Italy for **breaking eurozone rules**».

Metonimia en Brussels (ciudad por el organismo) y empleo de la metáfora lexicalizada del mundo legal en *breaking rules*.

**(b) Aliteración:**

(1) «Volunteering in Italy: **washing up and witch burning**». Aliteración, en la que se hace un uso figurado, además, del lenguaje; basada en la repetición del fonema /w/.

(2) «Highlights of Calabria, Italy: **readers travel tips**». Aliteración basada en la repetición del fonema /t/.

**(c) Preguntas retóricas**

(1) «Have you been watching ... The Trip to Italy? ».

(2) «The Trip to Italy: worth the return journey? ».

**(d) Expresiones coloquiales o argot:**

(1) «Glasgow's coffees **have more kick** than those in Italy and Spain».

(2) «Volunteering in Italy: **washing up and witch burning**».

**(e) Acotación:**

(1) «**Letter from Italy: a green oasis**».

(2) «Italy is still **a country for old men**». Este titular se inspira en una expresión arraigada en la cultura anglosajona debido al título de la novela “No Country for Old Men”, de Cormac McCarthy.

(3) «**Italy's patient man:** graduate will queue for you – for €10 an hour». Dicho

beware the fury of patient man. (Cita de Publilius Syrus escritor latino del siglo I antes de Cristo).

## **Año 2014:**

### ***Italian***

#### **(a) Metáfora y metonimia:**

- (1) «Italian parliament **erupts** amid vote on central bank capital».
- (2) «Italian intellectuals **up in arms** over hotel named after Antonio Gramsci». Empleo de la metáfora bélica “up in arms”.
- (3) «Italian police conference **applauds** officers convicted of manslaughter».
- (4) «Italians have to endure subtitles as film industry is **hit by dubbers' strike**».
- (5) «Italian coalition government's tensions **rise over** immigration issues». Metáfora lexicada. Hay un uso figurado del verbo *rise*, pues subir o ascender es aumentar en número.
- (6) «Gino's Italian Escape review-**handsome** beefsteak lightly **seasoned with innuendo**». Metáforas novedosas en el adjetivo *handsome* acompañando a beefsteak y en *seasoned with innuendo*, en la que las insinuaciones son un aderezo.
- (7) «Massimo Bottura: The **mercurial chef** who **reinvented** Italian food». Uso figurado de *reinvent*.

- (8) «**Hit and run**: the lost art of making the perfect Italian espresso ». Metáfora “hit and run” que designa una jugada en el béisbol; en tráfico, hace referencia un acto de fuga tras un accidente.
- (9) «**Gelatogate**’: Italian gossip mag in row over lewd photo of ice cream-eating MP». Metáfora lexicalizada en *in row*. Se crea el término *gelatogate* a partir de la palabra italiana *gelato* y del famoso caso *watergate* y desde entonces el sufijo “*gate*” se emplea para referirse a un escándalo político de cualquier país. La metáfora se soporta en el hecho de que la publicación de unas fotos de una ministra en una situación comprometida han supuesto un escándalo político en Italia.
- (10) «After 30 years, Italian museum **opens – and shuts**». Se basa en la sorpresa al crear falsas expectativas en el lector. Se abre y se cierra implica la reapertura ha tenido que ser suspendida.
- (11) «**Chow down**: Italian circus in trouble for disguising dogs as show pandas». Metáfora en la que interviene un juego de palabra. En lugar de *show* se emplea *chow*, en alusión a *chow chow*, una raza de perros. Por otra parte, la palabra *show-down* significa conflicto.

Expresiones coloquiales, jerga:

- (1) «**Hit and run**: the lost art of making the perfect Italian espresso». Metáfora “hit and run” que designa una jugada en el béisbol; en tráfico, hace referencia un acto de fuga tras un accidente.

En la tabla que aparece a continuación se ofrece los datos cuantitativos sobre el empleo de estos recursos del año 2014:

<b>RECURSO ESTILÍSTICO</b>	<b>ITALY</b>	<b>ITALIAN</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Metáfora/metonimia</b>	<b>10</b>	11	21
<b>Aliteración</b>	<b>2</b>	0	2
<b>Preguntas retóricas</b>	<b>2</b>	0	2
<b>Expresiones coloquiales</b>	<b>2</b>	1	3
<b>Acotaciones</b>	<b>3</b>	0	3
<b>Prosodia semántica</b>	<b>0</b>	0	0

Tabla nº10. Recursos estilísticos con los lemas *Italy* e *Italian* en el año 2014.

En la siguiente tabla se proporcionan los datos cuantitativos totales sobre las noticias sobre Italia que contienen recursos estilísticos en sus titulares.

<b>RECURSO ESTILÍSTICO</b>	<b>AÑO 2013</b>	<b>AÑO 2014</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Metáfora/metonimia</b>	30	21	51
<b>Aliteración</b>	5	2	7
<b>Preguntas retóricas</b>	3	2	5
<b>Argot</b>	11	3	14
<b>Acotaciones</b>	1	3	4
<b>Prosodia semántica</b>	1	0	1

Tabla nº11. Recursos estilísticos sobre Italia empleados en la totalidad de los titulares.

## Ejemplos de recursos hallados en el cuerpo de las noticias sobre Italia

### Año 2013

#### Metáforas:

En referencia a Italia, se han encontrado, entre otras, las siguientes metáforas clasificadas por su temática:

#### Nacional

- (1) En palabras del alcalde de Olbia, Gianni Giovanelli: « [...] the "**apocalyptic**" storm to "a real water bomb of huge intensity" ». Para referirse a la situación vivida en Cerdeña por el temporal hace uso del adjetivo “apocalíptico” con el que se resalta la intensidad del fenómeno atmosférico ocurrido.

Tanto el que era primer ministro en Italia de Enrico Letta como el de Malta, Joseph Muscat hacen uso de metáforas sobre la muerte para referirse a la necesidad de una misión humanitaria para resolver el problema de la inmigración en el mediterráneo, que se ha transformado en un cementerio:

- (2) «“turn sea into a tomb' [...]»  
(3) «Europe was turning the Mediterranean into a "cemetery"».

Otros:

- (4) «He headed to Lampedusa vowing to "**make Italy's voice heard loudly**».  
Metonimia.  
(5) «beacon of hope»  
(6) «State spending on culture has virtually **dried up** in Italy in recent years».  
(7) «This is **extortion with a clean face**»  
(8) «A Turin cloud hangs heavy **in the run up** to the election».  
(9) «'the time or desire' They are arguably **the twin plagues** of life in Italy in 2014».  
(10) «Roma coastline has become **fertile ground** for criminal activities, the scene of bloody clashes between clans and criminal gangs who seek to control significant

parts of the city's economy [...] ». Metáfora tomada del campo de la agronomía para expresar el aumento de la actividad criminal.

## Política

- (1) «In an increasingly bizarre **political dance**, Italians, said Letta, were sick and tired of "**blood and theatrics**" and of "**politicians who butcher**" each other and then change nothing». En esta cita de Letta se aprecian dos metáforas sobre la política y los políticos referidas a los cambios y a lo voluble que pueden ser algunos políticos italianos (*bizarre political dance*) y a la agresividad de sus comportamiento (*butcher*).
- (2) «Plunging it back into **political limbo**». Encontramos por segunda vez esta metáfora originada en la religión al referirse al marco político de ingobernabilidad como un “limbo”. Por tanto, en este contexto, hace describe una situación de vacío.
- (3) «If it was struck down and a new election had to be held, he said, Italy ran a risk of **fresh ungovernability**». Caso de prosodia semántica al asociarse un adjetivo positivo con un sustantivo negativo.
- (4) «It leaves Berlusconi greatly weakened, and with the judicial **noose tightening** around him, his political star now looks to be firmly waning».
- (5) «Giorgio Napolitano, an 87-year-old political veteran who had been planning **to embark** on a well-earned retirement within weeks».
- (6) « [...] and the parliamentary **horse-trading** in view of a possible second government».
- (7) «Letta said: "It would be a crime not to keep going [...] because the government's work is starting to **bear fruit**"». Metáfora lexicalizada originada en la agronomía.

- (8) «The conviction, Berlusconi's first in 20 years of **cat and mouse with the courts**, provoked outrage from supporters of Italy's longest-serving postwar prime minister [...]». Ejemplo de lenguaje coloquial, jerga.
- (9) «On Friday, despite **all the sound and fury**, the financial markets appeared to the **historic mouthpiece** of Italian capitalism». Acotación tomada de *The Sound and The Fury*, Novela de William Faulkner publicada en el año 1929. Esta, a su vez, hace referencia a un verso de Macbeth que describe la vida como una historia contada por un deficiente mental.
- (10) « [...] one of their leader writers recalled, in a tone of trepidation, the famous dictum: "**Great disorder under heaven**; the situation is excellent"». Paradoja. Famosa cita atribuida a Mao Tse Tung pronunciada para expresar que la desaparición de un orden político o social constituye una oportunidad para crear uno mejor.
- (11) «A **comedian's meat** is absurdity». Metáfora novedosa por la cual lo absurdo se convierte en un alimento para los cómicos.
- (12) «Negotiation is the **death of language**».
- (13) «It is perhaps true that Bebbe Grillo and, perhaps, Al Franken, are not in **their heart of hearts** comedians, but, actually, reformers – enlightened bureaucrats who ache to bring honesty and improvement to the system».
- (14) «**The fractured nature** of the political landscape and complexities of the electoral system have raised fears that recession-mired Italy, which has had a decade of near-economic stagnation and more than a year of **punishing** austerity, could **end up with a deadlock** in which no strong government is possible».
- (15) «A Napolitano cabinet would take a more **robust attitude** to reforms than Mario Monti, but in **the same vein**». Robusto, que hace referencia a la fuerza física se refiere aquí a una actitud.



- (16) «Mean the country will continue **to haemorrhage jobs**».
- (17) «What accounts for this **meteoric rise? Head on the internet, and feet on the ground**, as Grillo himself puts it. His supporters come from across the **spectrum**».
- (18) «Austerity has **hit** hard». Metáfora generalizada en la que golpear físicamente adquiere un valor figurado.
- (19) «**Berlusconi strode into the arena** of his most implacable media adversary». Expresión coloquial que hace referencia al circo romano para hablar del enfrentamiento político.
- (20) «Berlusconi did not – as many had expected – **lose his temper and storm out**». Expresión coloquial, jerga.
- (21) «On Wednesday evening, while – as one Italian newspaper put it – Letta was feeling the **guillotine rise above him**, the mild-mannered former MEP kicked back against his critics». Lenguaje figurado que hace referencia a esta invención de la revolución francesa para explicar la situación política en la que se encuentra Letta.
- (22) «Marcello Dell'Utri – **king-maker** to the disgraced former Italian Premier Silvio Berlusconi».
- (23) «Dell'Utri has been, for more than two decades, **the dark, guiding hand behind**, and at the core of, Italian politics». Metonimia por la cual la mano es la persona que lleva a cabo una acción.
- (24) «It gives Renzi not only a strong mandate in Europe as Italy prepares to take over the rotating presidency of the Council of the EU but also, crucially, a much **needed blessing from the ballot box** –».

- (25) «What Napolitano's court appearance suggests that the nexus between power and **the shadows** never went away. And that during that time, of apparent mafia war against the state, adjustments were being made to the “**unspeakable accords**” to ensure the status quo». La oscuridad es en lenguaje figurado lo desconocido y por extensión aquello que se quiere ocultar por ser ilícito.
- (26) «This was done contrary to appearances: the **opaque world** of Andreotti's Christian Democrats, with its **occult shadows** and Catholic sobriety, had given way to a brash new world of semi-naked dancing girls and striptease quiz shows on TV channels owned by the new prime minister». Como en el ejemplo anterior, la oscuridad (*opaque, occult shadows*) es en lenguaje figurado lo desconocido y por extensión aquello que se quiere ocultar por ser ilícito.
- (27) «Following the fall of the last Silvio Berlusconi government in 2011 and the establishment of the technocratic Monti administration, last Sunday's election had been keenly awaited as an exercise in **clearing the air**. Instead it looks likely to have muddied the waters». *Clear the air* es en lenguaje figurado “quitar lo ilegal, limpiar el escenario político”.
- (28) «The financial markets appeared to view the centre-left bloc led by Pier Luigi Bersani as the **safest pair of hands**». Se incide en la metonimia por la cual la mano es la persona que lleva a cabo una acción.
- (29) «While Ezio Mauro, editor-in-chief of the progressive *La Repubblica* newspaper, says **the new golden boy of Italian politics** will be successful because he is "post-ideological" – that is, beyond institutional manoeuvres – Alessandro Sallusti, in charge of the conservative *Il Giornale* newspaper, praised the deal because "it **drags away with force** the leftist anti-Berlusconi militant ideology which is **blind** and stupid». The *golden boy* of Italian politics, metáfora para subrayar su valor. Otras metáforas son *blind ideology* o *draw away with force*.
- (30) «Even Niccolò Machiavelli would be surprised to see how well Renzi **manoeuvred himself into the highest seat of parliament** using those same

political models he says he intends to overcome». Paradoja en la actuación de Renzi y metonimia en la que el asiento es el cargo.

- (31) «In February, when Matteo Renzi, at 39, became Italy's youngest ever prime minister, he promised to **sling out the country's calcified gerontocracy** and make space for young, unemployed Italians». Metáfora referida a la vejez que hace alusión a la falta de movimiento en la política.

### Internacional

- (1) «Bruno Pesce, the leader of Afeva, said: “This sentence is **a shock**, it has been **a shot into our stomachs**, it seems that thousands of deaths never existed. We can’t stop our **fight** when people keep on dying every week». Con la expresión idiomática “disparo en el estómago” califica la cancelación de la sentencia contra una empresa suiza por sus implicaciones por el uso prolongado del amianto en todo el mundo.

### Sociedad

- (1) «despite a planned **shake-up** of the jobs market». Metáfora lexicalizada del lenguaje mercantil.

### Mafia:

- (1) «He said his administration would fight to curb "**the underworld infiltration**" of Ostia». En una noticia sobre la mafia, se refiere a ella con el término “inframundo”, que en mitología es el reino del dios Hades, situado bajo tierra y en el que conviven muertos y seres malignos.
- (2) «"In recent years, the Roman coastline has become **fertile ground** for criminal activities, the scene of **bloody clashes** between clans and criminal gangs who seek to control significant parts of the city's economy," he said». Metáfora basada en la agricultura (*fertile ground*) para expresar la proliferación de actividades delictivas.

## Economía

- (1) «But in a swift indication of the speed that market confidence can **evaporate** the government's borrowing costs shot up by more than two thirds at an auction of six-month bonds». Metáfora basada en un fenómeno físico de transformación de un líquido en un gas, para expresar que algo desaparece.
- (2) «Angus Campbell, head of market analysis at Capital Spreads, said: **A large bucket of cold water** was poured onto the equity market rally today as we saw the first sign of nerves from investors so far this year». Expression colloquial que implica una sorpresa negative.

## Cultura

- (1) «It's also one of the most beguiling – **a warm-hearted antidote** to the glitz of the Amalfi coast further north». Metáfora en *antidote*, refiriéndose a Calabria.
- (2) «This is the “**third wave**” of coffee (the second started in the late 90s when Starbucks rolled into town) and we've been **in its grips for a few years now**». “La ola de café” es una metáfora que se refiere a la entrada de una compañía en el mercado. Se complementa con una expresión coloquial “hemos estado en sus puños”.
- (3) «But what happened to black, bitter, **unashamedly bracing Italian** espresso? You know, the stuff that **kick-started coffee** culture back in 1884 when Turin-based business man Angelo Moriondo created arguably the first espresso machine». Pregunta retórica junto con expresiones coloquiales.

A lo largo de esta lectura detallada se señalaron ejemplos de estilo familiar o argot, de usos de preguntas retóricas y del empleo de recursos estilísticos (metáfora, metonimia, aliteración o argot) que pudieran influir en la opinión de los lectores sobre la imagen de los países analizados. La identificación de estos casos no es posible mediante el análisis de corpus con la herramienta textual.

La metáfora se emplea como un recurso mediante el cual los esquemas mentales se activan de una forma más fácil, consiguiendo que el recuerdo sea mucho más perdurable (Velasco Maillo, 2003).

Además, es preciso señalar que la teoría de la cortesía (*Politeness*) explica la metáfora como un elemento que evitan un enfrentamiento directo ya que si en lugar de emplearse las metáforas y el estilo literario, se usa un lenguaje directo, se puede producir un acto que amenaza a la imagen (*face threatening act*. Véase la teoría de la cortesía) y causar un conflicto entre el medio y la persona, el organismo o el país objeto de la noticia. Por tanto, se puede decir que la metáfora además de enriquecer el texto con referencias literarias lleva a cabo una función atenuadora del discurso.

Por otro lado, la metonimia se usa de forma generalizada para nombrar al gobierno y las instituciones de un país por sus gentes y su cultura, lo cual puede distorsionar la imagen de estos.

Se ha observado también el empleo de la aliteración, que consiste en la repetición de uno o varios sonidos dentro de una misma frase. Con su empleo en los titulares, el periodista logra un efecto sonoro por medio de la reiteración de forma consecutiva de un fonema. A su vez, se ha demostrado que este recurso ayuda a la memorización y, por tanto, a que se refuercen los modelos mentales estereotipados ya existentes en los lectores.

La jerga y las expresiones coloquiales crean un lenguaje familiar y cercano así como las acotaciones, que crean un vínculo con el conocimiento enciclopédico de los lectores.

Durante esta primera fase en el análisis del contexto en el que aparecían los términos positivos o negativos se han hallado ejemplos de prosodia semántica. Sin embargo, la frecuencia de esta no ha sido relevante.

### 3.2.2. Segunda fase: Análisis léxico

En la primera fase de carácter cualitativo se llevó a cabo, además de la clasificación temática y del contenido, una búsqueda léxica para confeccionar un listado de palabras con claras connotaciones positivas o negativas. Así, se señalaron los lemas contenidos en las noticias que se consideró que pudieran contribuir a constituir o modificar la imagen sobre España e Italia o establecer o fomentar los estereotipos vigentes sobre estos países. De esta forma, en la lectura se seleccionaron palabras como *good*, *wealth*, *new*, *positive*, frente a otras negativas como *corruption*, *fraud*, *dispute* o *poverty* que serán analizados en esta segunda fase de manera automática

Tomamos como muestra un corpus compuesto por 406 noticias (216 sobre España, 190 sobre Italia) y 247.475 palabras referidos a la acotación conceptual de búsqueda de los términos “*Spain y Spanish*” y “*Italy e Italian*” en los titulares de las noticias.

La segmentación de los datos del corpus se presenta en la siguiente tabla:

	ESPAÑA		ITALIA	
Año	Lema	Nº de noticias	Lema	Nº de noticias
2013	Spain	44	Italy	50
	Spanish	43	Italian	53
2014	Spain	68	Italy	46
	Spanish	61	Italian	41
NºPalabras	122.143		125.272	

Tabla nº 12. Número de noticias del corpus.

Como puede observarse, durante el año 2013 el número de noticias en las que aparece *Spain /Spanish* (87) es inferior al de *Italy/Italian* (103), mientras que en el año 2014 la situación es la inversa: sobre las primeras se publican 129 noticias, mientras que a las segundas se dedican tan solo 87. La superioridad numérica del 2013 puede explicarse por el interés suscitado por las elecciones generales italianas de ese año.

Si bien en el establecimiento de la agenda (*agenda setting*), las cifras totales que se ha tomado la decisión de publicar más noticias sobre nuestro país, en cuanto al número de palabras, las dedicadas a las noticias sobre Italia supera a las de España en 3.129.

En primer lugar, es indispensable dar cuenta de la frecuencia de los lemas específicos para la extracción automática, es decir, la unidad autónoma y semántica que constituye parte del léxico de este corpus. Como se observa en las siguientes tablas, la frecuencia de los lemas referidos a España en forma nominal y adjetival (1709) superan a los referidos a *Italian* (1424) 285.

ESPAÑA			ITALIA	
PALABRAS	FRECUENCIA		PALABRAS	FRECUENCIA
SPAIN	860		ITALY	725
SPANISH	766		ITALIAN	699
SPANIARDS	83		TOTAL 1.424	
TOTAL	1.709			

Tabla nº13. Frecuencia de palabras de los lemas Spain/Spanish e Italy/Italian

El análisis cuantitativo se realizado mediante la herramienta textual *Sketch Engine*. En lo que respecta a la adquisición de información léxica, se han hallado cuatro tipos de resultados. Los tres primeros son de carácter léxico-semántico y el último a nivel gramatical.

Resultados de carácter léxico-semántico:

- (1) *Lista de frecuencia léxica*. Con el objetivo de buscar las implicaciones positivas y negativas de España y de Italia, se ha realizado una lista de frecuencia de las palabras clave clasificadas por temática.
- (2) *Lista de concordancias*. Para hallar las palabras asociadas a España y a Italia se ha llevado una búsqueda de las concordancias léxicas. Así las seis o siete palabras anteriores y posteriores a los cuatro lemas señalados (*Spain/Spanish* e

*Italy/Italian*) nos ha proporcionado datos relevantes de asociación léxica para el posterior análisis.

(3) *Universo de palabras (Thesaurus)*. Para visualizar todos los conceptos vinculados a los dos países se ha usado el universo de palabras, que ha facilitado la identificación léxica en una sola imagen.

Resultados de carácter gramatical:

(4) *Word Sketch*. Esta función se ha utilizado para hallar los resultados relativos a los aspectos gramaticales y, por lo tanto, de carácter sintáctico. Esto ha hecho posible analizar qué tipos de adjetivos o verbos son los que con más frecuencia acompañan a las palabras clave introducidas.

A continuación se procederá a proporcionar los resultados léxicos hallados según el corpus del país.

### **3.2.2.1. Información sobre España**

#### **3.2.2.1.1. Resultados y análisis de la frecuencia léxica**

Se ha considerado de gran importancia para este análisis establecer una lista de frecuencia léxica que indique las palabras que se repiten a lo largo de las noticias. Los resultados obtenidos de la lista de palabras clave se han clasificado en las siguientes temáticas: Política interior y exterior, independentismo catalán, monarquía, geografía española, y medios de la prensa.

El primero en política exterior es el conflicto con Gibraltar, donde han aparecido las siguientes palabras: *Gibraltar*, en 195 ocasiones; *Gibraltarian* en 15 casos y *reef* con 41 alusiones.

En segundo lugar se sitúa el tema del independentismo catalán, que aparece manifestado en: *Catalonia* (69), *catalan* (68) y *referéndum* (72).

Relacionado con la política interior de España, se han encontrado las siguientes figuras: En primer lugar, *Rajoy* con 121, y en segundo lugar la figura de *Franco*, encontrada en 40 ocasiones. *Bárcenas*, relacionado con la corrupción, tiene una frecuencia de 25 casos, y el ministro de asuntos exteriores, *Margallo*, se repite diez veces, lo que



probablemente se explica por el conflicto con Gibraltar. Finalmente, el único grupo político ha sido *Podemos*, 18.

El contenido acerca de la monarquía se ha hallado en 291 casos, relacionados principalmente con el tema de la corrupción y con la abdicación del rey Don Juan Carlos. Su frecuencia ha sido: *monarchy* (49); *Juan Carlos* (54); *Cristina* (65) y *Urdangarin* (31); *Felipe* (59); finalmente, *abdication* (15) y *abdicate* (18).

Las palabras clave de la geografía española que han aparecido en el listado son: *Madrid* (195), *Valencia* (22), *Compostela* (10), *Galicia* (12), *Melilla* (9), *Tarifa* (12), *León* (10).

En cuanto a la prensa española, se citan los diarios *El País* en 32 ocasiones y *El Mundo* en 29.

Finalmente, cabe mencionar que la palabra “referéndum”, con una frecuencia de 72 casos es considerada también una palabra clave por la herramienta. Ésta aparece en tres temáticas: la monarquía, el independentismo y en política.

(b) Frecuencia de los términos seleccionados en la primera fase del estudio.

En cuanto al análisis manual, tras la lectura pormenorizada de las noticias, se ha buscado la frecuencia de los siguientes 15 lemas, en su mayoría sustantivos con posibles connotaciones negativas que se han sometido a un análisis cuantitativo: *austerity*; *bad*; *corruption*; *crisis*; *dispute* (-s) (-ed); *disaster* (-s); *fraud* (-s); *negative*; *poverty*; *racist*; *scandal*; *smuggling*; *unemployment*(-ed); *victims* (-s) y *wrong*.

La selección, tanto de las palabras positivas como de las negativas, se ha realizado basándonos en su aparición reiterada a lo largo de la lectura realizada en la primera fase de este estudio.

El lema *crisis*, con 81 ocurrencias, es la palabra con mayor frecuencia entre las seleccionadas. *Unemployment* se ha hallado en 52 ocasiones y *unemployed* en 21, lo que hace que este problema social aparezca en 73 casos. *Corruption* se repite en 57 ocasiones, y *scandal*, en singular o plural, en 41. En número de ocurrencias le siguen: *bad*, con su comparativo y superlativo (42), *fraud* (-s) (36), *victim* (-s) (34), *poverty* (30), *dispute* (-s) (-ed) (32), *disaster* (-s) (25), *austerity* (25), *negative* (25), *smuggling* (18), *bad* (19) y *wrong* (20). Cabe destacar que el lema “*racist*” solo se ha hallado en una ocasión, y no está referida a España.

La tabla que aparece a continuación muestra las palabras con significado negativo para España y su frecuencia en las noticias ordenadas alfabéticamente:

Palabra	Frecuencia
1. austerity	25
2. bad	42
3. corruption	57
4. crisis	81
5. dispute (-s) (-ed)	32
6. disaster (-s)	25
7. fraud (-s)	36
8. negative	25
9. poverty	30
10. racist	1
11. scandal	41
12. smuggling	18
13. unemployment(-ed)	73
14. victims (-s)	34
15. wrong	20

Tabla nº 14. Palabras con significado negativo para España.

Paralelamente, se ha realizado la búsqueda de 15 palabras con posibles implicaciones positivas. Como puede observarse, mientras que en los lemas negativos había una mayoría de sustantivos, los términos son en su mayoría adjetivos: *benefit (s); exceptional; extraordinary; fabulous; free; good; growth; happy; improve (ment); new; original; positive; profit; proper; wonderful*. Esta categoría se ha considerado muy relevante ya que indica una cualidad del sustantivo.

A continuación, se presenta los resultados obtenidos:

Los dos lemas que superan en número el centenar de ocurrencias son *new* con 132 y *good*, también en formas comparativa y superlativa con 124. El adjetivo *free* se menciona en 44 casos; se han hallado dos términos económicos con un número de ocurrencias similar, *benefit* (27) y *growth* (26). Por su frecuencia *positive* (22) e *improve/improvement* (18). Otros adjetivos como *proper*, *exceptional* o *fabulous* no tienen un número significativo de ocurrencias.

Palabra	Frecuencia
1. benefit (s)	27
2. exceptional	2
3. extraordinary	5
4. fabulous	1
5. free	44
6. good	124
7. growth	26
8. happy	13
9. improve (ment)	18
10. new	132
11. original	11
12. positive	22
13. profit	15
14. proper	8
15. wonderful	3

Tabla nº15. Palabras con significado positivo para España.

### 3.3.2.1.2. Resultados y análisis de las listas de concordancias

Por otro lado, en este estudio se ofrecen los resultados obtenidos a partir de la lista de concordancia con las palabras “Spanish” y “Spain” a través de la misma herramienta. Se han recogido las seis o siete unidades léxicas anteriores y posteriores. Para visualizar la presentación de los datos que se compilan a través de la herramienta textual, se ofrece la siguiente imagen:

file494901...	she became the first woman to lead one of <b>Spain's</b> top business associations. But on Friday
file494901...	audience made up of business leaders from <b>Spain</b> and Latin America, she argued that women's
file494901...	workplace had become overly regulated in <b>Spain</b> , to the point where they were isolating
file494901...	report by PricewaterhouseCoopers noted that <b>Spain</b> falls near the bottom of OECD countries
file494901...	equality, pay and proportion, the study ranked <b>Spain</b> 23rd out of 27 countries. The study noted
file494901...	It launched on Tuesday in Madrid, because <b>Spain</b> is home to Mario Costeja González, whose
file494901...	sophisticated healthcare systems, such as <b>Spain</b> and the US, it ought to be almost impossible
file494901...	the call to transport a sick man. But in <b>Spain</b> there does not seem to be that excuse.
file494901...	professionals treating Ebola patients in <b>Spain</b> always follow WHO protocols. The nurse
file494901...	monitored for any sign of symptoms. In August, <b>Spain</b> became the first European country in the
file494901...	the centre of alerts and emergencies at <b>Spain's</b> health ministry, said it might have been
file494901...	missionaries and a man who had travelled to <b>Spain</b> from Nigeria. Initial tests indicate that
file494901...	â€œIf this were to become an outbreak in <b>Spain</b> , it means each hospital would treat the
file494901...	the second Ebola patient repatriated to <b>Spain</b> . Later in an interview with the Spanish
file494901...	superiors. Published by several media outlets in <b>Spain</b> , the report said the team treating Romero
file494901...	Rajoy, said European colleagues thought <b>Spain</b> was managing the Ebola case â€œevery
file494901...	expressed interest in what was happening in <b>Spain</b> . â€œMy colleagues are telling me that
file494901...	the association that represents nurses in <b>Spain</b> backed the claims with a report detailing
file494901...	is looking into how Ebola was managed in <b>Spain</b> . Spanish authorities arrest 51 top figures
file494901...	Rajoy played down scale of corruption in <b>Spain</b> , members of his party were among those

Imagen nº4. Lista de concordancias sobre *Spain*.

A partir de ellas, se han seleccionado manualmente aquellas palabras acompañan a las palabras clave y que puedan contener connotaciones positivas o negativas o dar una imagen positiva o negativa de España y de los españoles. Desde el punto de vista económico, por ejemplo, se han seleccionado términos como “crisis”, “fraud”; en sociedad, “poor”, “strikes”...

A continuación, se recogen las palabras que poseen connotaciones negativas para España, que se han extraído de forma manual a través de la listas de concordancias.

### Connotaciones negativas:

En este análisis se han observado connotaciones negativas en relación a las temáticas de: Sociedad, Política, Economía, Educación, Sanidad, Sociedad y Cultura.

#### (a) Spain

Al introducir el lema *Spain*, la lista de concordancias ha facilitado los siguientes resultados:

## **Sociedad**

En la temática de Sociedad destacan aquellas palabras relacionadas con los siguientes campos semánticos: el desempleo, la pobreza, la huelga, la desigualdad:

- (1) *"Spain is the most unequal society in Europe"*

Se han hallado otros términos negativos en esta temática, pero pertenecientes a campos semánticos de índole diferente: la pedofilia, el antisemitismo, el machismo y el suicidio. Con respecto a este último, *Theguardian.com* se hace eco del hecho de que el número de suicidios en España superaba al de los muertos por accidente de tráfico:

- (1) *"Since 2008 suicide has been the most common cause of death in Spain aside from natural causes".*
- (2) *"Nine Spaniards kill themselves every day and for every suicide there are 20 failed attempts".*

Además, es de interés mencionar que en contraste a la situación extrema de pobreza para muchos españoles, resalta la palabra "obesidad", que suele asociarse a la prosperidad económica. En esta noticia se comenta que España está por encima de la media.

Finalmente, a pesar de que se ofrece una noticia en la España da la imagen de ser permisiva y abierta, recuerdan el pasado xenófobo:

- (1) *"Until late 1978, gay people in Spain were classified by law as "dangerous" and faced prison or internment in re-education centres".*

Por otro lado, como se ha podido observar en páginas anteriores, se ha considerado pertinente incluir las noticias relativas a la monarquía en la temática de Sociedad. Así, destacar que en concordancia con *Spain* se ha encontrado una imagen de la monarquía asociada a los términos como el escándalo, la corrupción, el blanqueo de dinero y la evasión de impuestos. Casi todos ellos están vinculados al caso de la Infanta Cristina y su marido. Los restantes se refieren a la crisis monárquica que culmina con la abdicación del rey Juan Carlos:

- (1) *“King Juan Carlos's reign in Spain ends amid falling popularity and bungling”*.

### **Política.**

En el bloque de política predominan aquellos términos relacionados con la corrupción, la impunidad, la ilegalidad, las escuchas ilegales a los ciudadanos, la crisis política y, en el área internacional, la disputa con Gibraltar:

- (1) *“Spain disputes UK sovereignty over the territory, which has been ruled by Britain since 1713”*.  
(2) *“He will talk about the threatening behaviour of Spain, threats of taxes to enter Gibraltar”*.

### **Economía**

La crisis económica relacionada directamente con el tema de lo social es lo más destacado dentro de esta temática:

- (1) *“the worst economic crisis in memory”*.  
(2) *“the gap between rich and poor had increased in Spain by more than in any other EU country since the crisis began in 2007”*.

Con respecto al fraude, se hallan los términos *black economy* y *tax evasion* como se muestra en los dos siguientes ejemplos:

- (1) *“Tax evasion is a major problem in Spain”*.  
(2) *“defrauding the State”*.

Por último, la crisis de la vivienda se manifiesta en los dos siguientes grupos nominales:

- (1) *“huge over-capacity in the housing market”* y  
(2) *“disastrous property bubble”*.

### **Educación.**

El terreno de la educación, que aparece asociado en cuatro ocasiones a las palabras *“Spain”* y ninguna a *“Spanish”*, lo conforman términos que manifiestan una situación preocupantemente negativa, como por ejemplo:

- (1) *“levels of literacy and numeracy were worryingly low”* .

- (2) *“Spain coming bottom of a list of 24 countries, raising concerns about its ability to emerge successfully from the crisis in the near future”.*

## **(b) Spanish**

Al introducir el lema *Spanish*, la lista de concordancias ha facilitado los siguientes resultados:

### **Sanidad**

Todos los términos que se encuentran en la temática de Sanidad están ligados al caso del virus del Ébola y la repatriación del misionero español que contrajo esta enfermedad. Por un lado, destacan las palabras como preocupación y controversia, y por otro se pone en duda que España estuviera equipada para enfrentarse y combatir el virus:

- (1) *“health professionals were concerned that Spanish hospitals were not properly equipped to handle the virus”.*
- (2) *“Amyts, a trade union that represents physicians, called the repatriation risky”.*

### **Sociedad**

Se puede citar un ejemplo relacionado con la desigualdad social, de la que se dice que es la mayor de Europa:

- (1) *“Spanish wealth gap biggest in Europe.*

### **Cultura**

En cuanto al área de Cultura, se ha hallado el término *frauds* muy próximo a *Spanish* en una noticia sobre gastronomía. La noticia en cuestión que trata del cierre del restaurante Raco de Can Fabes en Barcelona menciona una crítica negativa realizada por un chef español (Santamaría, recientemente fallecido) hacia las nuevas tendencias en la cocina,

campo en el que España tiene un reconocido prestigio mundial y el diario quiere hacerse eco de una declaración del chef:

(1) *“He described the so-called Spanish vanguard chefs as “a gang of frauds”.*

Relacionado con la Historia se menciona un pueblo español con un nombre xenófobo: *“Kill the Jews”*. Igualmente negativo es el siguiente enunciado en el que se indican los asesinados que profesaban la fe católica durante la Guerra Civil que serán beatificados:

(1) *“500 ‘martyrs of the faith’ killed during Spanish civil war”.*

Por último relacionado con los contenidos de Internet aparece situado próximo al término *Spanish* la siguiente oración: *“affecting ‘people’s honour and dignity’”*, para referirse a una batalla legal contra Google librada por un español en defensa del derecho al olvido.

Desde el punto de vista léxico, se ha visto necesario presentar, según la clasificación temática, la totalidad el vocabulario obtenido de la lista de concordancias con *Spain* y *Spanish*.

Sociedad	
Concordancias con <i>Spain</i>	Concordancias con <i>Spanish</i>
<p><i>poor, concerned, unemployment / unemployed, crisis, dangerous, discriminatory, antisemitic, family poverty, machismo, suicides, obesity, strikes, impunity of police, severe poverty, risk of poverty, lacks a strong civil society, unequal society, wealth gap, society disproportionately hard, negative impact on human rights.</i></p>	<p><i>concerned, confiscated, unemployed, struggle, unemployment, negligent, defamation, situation of neglect, injustice, dispossession of most basic rights, paedophile, disillusionment, reducing the spending power of Spanish families, unemployment office, child poverty.</i></p>
<p><b>Monarquía:</b> <i>sagging, scandals, corruption, rebellion, problems, money–laundering, longest running corruption scandals, threatening behavior, falling popularity and</i></p>	



<i>bungling, suffering sinking, tax fraud, embattled, bolster the popularity, unacceptable, untouchable, blow, immunity, problems, break the protocol, to battered, battered, monarchy's problems, public apology.</i>	
<b>Política</b>	
<b>Concordancias con Spain</b>	<b>Concordancias con Spanish</b>
<i>illicit, disturbing, controversial, illegally, tensions, tension, spat, revenge, anger, smuggling, disruption, provocation, protests, row, bribery, bloody conflict, largest ever corruption trial, restricting people's rights to protest, profound political crisis, to attack, to penalize, criticised, to provoke, to infringe, spying, to dispute, serious interference, serious violation, to accuse, problems, border dispute (2), being the loser.</i>	<i>concerned, criticized(2), catastrophe, punishments, mistaken, unpopular, harassment, incident, resentment, corruption, dispute, condemnation, serious consequences, of provocation, invasion image, causing congestion, cynical move, arrested(2), spying(2), disputed, looking to break away from Spain, questioned the "moral authority" of the government, in danger has been widely criticized, dangerous manoeuvring, public prosecutors enjoy immunity from the judicial system.</i>
<b>Economía</b>	
<b>Concordancias con Spain</b>	<b>Concordancias con Spanish</b>
<i>evasion, poverty, tax system is slow economic crisis, the worst economic crisis, financial crisis, public debt, black economy, tax evasion, to affect, were no easy alternatives, disastrous property bubble, major problem, gap between rich and poor .</i>	<i>shameless, shame, unprecedented crisis, housing market collapsed, huge over-capacity in the housing market, property investment abroad fell, defrauding the state, fraud.</i>

<b>Educación</b>	
<b>Concordancias con <i>Spain</i></b>	<b>Concordancias con <i>Spanish</i></b>
<i>cuts, low basic skills, were worryingly low, coming bottom of a list of 24 countries.</i>	
<b>Sanidad</b>	
<b>Concordancias con <i>Spain</i></b>	<b>Concordancias con <i>Spanish</i></b>
<i>concerned, lower, controversy, virus(7), concerns about Spain's ability to guarantee the virus.</i>	<i>not properly equipped, infected(2), virus(4), Ebola(4), risky.</i>

<b>Cultura</b>	
<b>Concordancias con <i>Spain</i></b>	<b>Concordancias con <i>Spanish</i></b>
	<i>Kill the Jews, martyrs, killed, Spanish civil war.</i>  <i>Frauds.</i>  <i>affecting 'people's honour and dignity'".</i>

Tabla nº 16. Concordancias con Spain/Spanish clasificadas por temática

## Connotaciones positivas

Para la búsqueda de las connotaciones positivas respecto al corpus de España se ha continuado con el mismo procedimiento que con la búsqueda de connotaciones negativas. Se han hallado significados positivos en concordancia con la temática de Sociedad, Política, Economía, Sanidad y Cultura.

### (a) *Spain*

Al introducir el lema *Spain*, la lista de concordancias ha facilitado los siguientes resultados:

#### **Sociedad**

En la temática de Sociedad se observa únicamente un caso de concordancia con la palabra *Spain*. Se presenta la imagen de un país abierto y sin prejuicios en el titular de la noticia:

- (1) *“Gay and lesbian old people's home planned in Spain”*.

Sin embargo, como ya se ha mencionado con anterioridad en este mismo artículo se hace referencia a una España con un pasado inmediato lleno de prejuicios.

#### **Monarquía**

La temática de la Monarquía la componen palabras referidas al contexto de la abdicación del rey Juan Carlos y el discurso del nuevo rey, como se puede observar en los siguientes fragmentos:

- (1) *“the best moment for change”*.
- (2) *“my faith in the unity of Spain”*.
- (3) *“In a unified and diverse Spain, based on the equality of and solidarity between its people”*.
- (4) *“the new king of Spain, he vowed to move the monarchy away from its scandal-plagued past”*
- (5) *“ he gave those up and helped steer Spain into a remarkable and relatively peaceful period of transition that allowed the country to join the democratic world”*

## Política

En Política Internacional se recogen términos positivos en palabras del gobierno de Venezuela en concordancia solo con la palabra *Spanish*:

- (1) *“respect and solidarity to the valiant Spanish people in their struggle for civil, political, economic and social rights”*.

Sin embargo, esta noticia viene vinculada a un contenido negativo desde el punto de vista económico ya que el titular es:

- (1) *“Venezuela lashes out at Spain after exports of riot gear halted”*.

## Economía

Referidas a la temática económica se manifiestan diversas concordancias con los dos términos clave. En concordancia con *Spain* se expresa:

- (1) *“Spain's business community has championed this approach in recent months”*

Asimismo, se habla de negocios en España y de la posibilidad de hacer fortuna en:

- (2) *“has made a fortune out of a boom.”*.

## Sanidad

Se hace mención de la temática de Sanidad en concordancia exclusivamente con *Spain* para recoger las palabras de la familia de un niño enfermo extranjero. En ella resaltan la alta calidad de los médicos españoles:

- (1) *“But there are fantastic doctors here in Spain – fantastic people, world class experts in this kind of thing”*.

## Cultura

En la descripción de propuestas turísticas por la geografía española, se describe nuestro país con términos positivos especialmente en forma adjetival (*warmest, clearest, better, peaceful*). Esto se observa por ejemplo en: “

- (1) *Spain's warmest and clearest waters appeals then you won't find a better place to do it than this”*.

## **(b) Spanish**

Al introducir el lema *Spanish*, la lista de concordancias ha facilitado únicamente los siguientes resultados:

### **Cultura**

Cabe destacar las referencias positivas hacia el idioma español. Algunos de los ejemplos son:

- (1) *“Spanish is the only one to be increasing in popularity year-on-year since 2011”.*
- (2) *“Spanish is cool partly because of the holiday factor in the European sense”.*
- (3) *“Any success story is good, and Spanish is a success story, relatively speaking”.*
- (4) *“Spanish is easier for children (...)”.*

### **Sanidad**

En concordancia con la palabra *Spanish*, se ha hallado una concordancia en una noticia en la que se hacen eco de los beneficios de la dieta mediterránea ya que informan de que:

- (1) *“A glass of wine a day may be good for mental health, Spanish study finds”.*

## **3.2.2.1.3. Resultados hallados en el análisis del Universo de palabras**

### **(a) Spain**

Al introducir el lema *Spain*, hemos hallado en esta función textual el siguiente universo de palabras:



Imagen nº5. Universo de palabras sobre *Spain*

Las palabras de la imagen anterior que tienen importancia semántica para este estudio debido a la frecuencia y a la trascendencia de su significado político son los siguientes:

- *Government* se ha hallado en 309 casos, lo que implica el gran interés concedido a la política española por este medio británico.
- *Madrid* y *Gibraltar*, con una frecuencia de 195 ocurrencias cada una, deja patente la importancia dada en el establecimiento de la agenda a estos dos lugares en relación con España.

En la tabla que aparece a continuación aparecen los lemas junto a las cifras de cada uno de ellos halladas de manera automática:

LEMA	FRECUENCIA
Country	247
Government	309
Madrid	195
Gibraltar	195
People	300
Europe	92
Report	101

Party	92
Year	355
Garzón	33
Family	115
King	128
Police	136
UK	78

Tabla nº. 17. Frecuencia del universo de palabras de Spain.

## (b) Spanish

Del universo de palabras de *Spanish* se consideran descartados para el análisis los lemas *many* y *other*, ya que carecen de contenido semántico; es decir, se constituyen tan solo como modificadores, sin aportar un significado destacable.

Sin embargo, consideramos que es relevante la frecuencia de la palabra *European*, que aparece en 99 casos, ya que puede implicar que se refuerza la integración de España en Europa como una importante parte constituyente de la Unión.

Siguiendo con el tema de las relaciones internacionales, *US* se ha encontrado que halla asociado a España en 76 casos.

Por último, *Border*, con 129 apariciones y *Health*, con 106 casos, son otros de los lemas destacables de este universo de palabras, junto con *Catalan*, que aparece en 61 ocasiones.

La imagen que se muestra a continuación ha sido extraída de los resultados hallados de forma automática.



Imagen nº. 6. Universo de palabras sobre Spanish

En el siguiente cuadro se presentan todos los lemas hallados en el universo de palabras junto a su frecuencia:



<b>LEMA</b>	<b>FRECUENCIA</b>
European	103
Local	67
Catalan	61
Health	106
Second	42
Other	160
National	37
Old	47
Many	129
Current	27
Small	66
Train	65
News	113
Civil	33
Border	129
Regional	44
Young	46
Social	53
Intelligence	23
Foreign	63
Same	70
European	99
US	76

Tabla nº. 18. Frecuencia de universo de palabras de Spanish

#### 3.2.2.1.4. Resultados del análisis de carácter gramatical

##### (a) *Spain*

En este último examen de carácter gramatical, con respecto a *Spain*, primer lugar, es necesario destacar la presencia de la diferenciación entre las palabras *northern* (cuatro casos) y *southern* (siete casos) como modificadores de *Spain*. Esto implica la división y la diferente idiosincrasia que se establece de las dos partes de España.

Como dato significativo observamos que el país con el que *Spain* aparece unido con mayor frecuencia es Italia, con diez casos; en menor medida aparecen los siguientes lugares: Gibraltar, Francia, Reino Unido, Gran Bretaña y Portugal. Ello implica la posible identificación entre nuestro país y el italiano por parte de los británicos.

Sin embargo, el término *Spain* modifica a *France* en tres casos.

Las frecuencias de las preposiciones “*in*” (190 casos) y “*to*” son las más relevantes asociadas a España.

En lo referido a los verbos, sin tener cuenta los auxiliares *be* y *have*, son relevantes para este estudio: *accuse* (cinco casos con España como objeto), *criticise* (con tres casos con España como objeto) y *fall* (con cuatro casos con *Spain* como sujeto), ya que la connotación es claramente negativa en los tres.

Por otro lado, como posesivo se observan claras referencias a un vocabulario político: *minister*, *ministry*, *party* y *government* y también judicial: *court*, *system* y *law*.

Todos los resultados gramaticales aparecen detallados en las tablas que se muestran a continuación:

### **Modificadores de "Spain"**

southern	7
northern	5

### **Nombres y verbos modificados por "Spain"**

France	3
--------	---

### **Verbos con "Spain" como objeto**

Accuse	5
Force	4
criticise	3
Take	3
Say	3
Be	6

### **Verbos con "Spain" como sujeto**

Have	40
Be	56
Fall	4

Offer	3
believe	3
Show	3
Say	5

***"Spain" y/o ...***

Italy	10
Gibraltar	9
France	7
Britain	4
UK	5
Portugal	3

**Frases preposicionales**

... in "Spain"	192
... of "Spain"	48
... to "Spain"	625
... across "Spain"	17
... from "Spain"	16

... with "Spain"	11
"Spain" in ...	9
"Spain" over ...	8
"Spain" as ...	7
... by "Spain"	7
"Spain" for ...	6
... for "Spain"	6
... on "Spain"	6
"Spain" from ...	6
... between "Spain"	5
"Spain" to ...	5
... against "Spain"	5
... as "Spain"	4
"Spain" on ...	4
"Spain" with ...	3
... into "Spain"	3
... around "Spain"	3
... outside "Spain"	3

*"Spain"'s ...*

Minister	17
Ministry	7
economy	7
Party	7
Court	5
System	3
constitution	3
Action	3
Image	3
Office	3
Law	3
government	3

Tabla nº 19. Resultados gramaticales de Spain.

## **(b) *Spanish***

De los resultados gramaticales respecto a *Spanish*, se observa el interés por la política española, que se pone de manifiesto con la frecuencia de sustantivos a los que se antepone este adjetivo como *government* (70 casos), *minister* (30 casos), *authority* (27) y *politician*, esta última en menor grado.

Igualmente, resulta relevante que, entre las conjunciones y/o, las palabras pertenecen al campo semántico de la política como: *prime minister* (21) y *foreign minister* (12), que son los que aparecen en mayor número de ocasiones.

Todos los resultados gramaticales aparecen detallados en las tablas que se muestran a continuación:

### **Nombres y verbos modificados por "*Spanish*"**

government	70
minister	30
authority	27
Nurse	13
medium	13
fisherman	12
police	12
newspaper	10
company	9
system	9
journalist	8
official	8
missionary	7

war	7
town	7
worker	7
family	7
court	7
law	7
flag	6
ambassador	6
boat	6
city	6
democracy	5
politician	5

***"Spanish" y/o ...***

prime	21
foreign	12
national	7
civil	7
royal	6



English	3
political	3
other	3
retail	2
northern	2
judicial	2
daily	2
southern	2
Modern	2
Local	2
French	2
Former	2
British	2
Legal	2
First	2

#### **Frases preposicionales**

"Spanish" in ...	5
------------------	---

#### **Verbos antepuestos a "Spanish"**

Speak	2
Be	2

Tabla nº 20. Resultados gramaticales de *Spanish*.

### 3.2.2.2. Información sobre Italia

#### 3.2.2.2.1. Resultados y análisis de la frecuencia léxica

(a) Resultados obtenidos de manera automática:

De manera general, la frecuencia de las palabras clave del corpus obtenidas de manera automática ha sido clasificada según la temática a la que se refieren.

#### **Política**

En esta temática se ha obtenido la siguiente frecuencia de palabras:

En lo que respecta a las figuras relevantes de la política destaca *Silvio Berlusconi* con 323 ocurrencias, como se ha visto en el análisis de las noticias.

En frecuencia le siguen, el político *Beppe Grillo* (141) del Movimiento Cinco Estrellas, y *Letta* (103), político de centro-izquierda y Primer Ministro de Italia durante un intervalo entre el 2013 y el 2014.

A continuación, se encuentra el político *Renzi*, del Partido Democrático, con 97 casos, que se convirtió en Primer Ministro en el 2014. La palabra *Monti* aparece en 75 ocasiones. Monti fue Presidente del Consejo de Ministros de Italia hasta abril del 2013 y Ministro de Asuntos Exteriores de Italia.

*Bersani* (61 casos) estuvo como secretario general del Partido Democrático de Italia hasta el 2013. *Napolitano*, el que fue Presidente de la República Italiana entre 2006 y 2015 se encuentra mencionado en las noticias en 52 casos. *Kyenge*, ministra de Integración y Cooperación Internacional en el gobierno de Enrico Letta, aparece en 35 menciones. *Dell Utri*, cofundador de *Forza Italia* junto con Silvio Berlusconi, se halla en 34 casos. *Alfano* como ministro del Interior (2013-2016) y vicepresidente del Consejo de Ministros del Gobierno de Enrico Letta (2013-2014), se presenta en el corpus en 28 ocasiones; finalmente, *Gramsci*, teórico marxista y fundador del Partido Comunista de Italia, está presente en 15 casos.

El cargo político que aparece como palabras clave es *Prime minister* con 131 alusiones.

En cuanto a los partidos políticos las palabras resultantes son: *Forza* (16), *PD* (72), *Democratic party* (38), *Centre-left democratic party* (13),

Por último, incluidos en esta sección se han hallado como palabras clave vinculadas a la política los siguientes términos:

- *New government*, con 27 casos es el término con más frecuencia léxica.
- *Upper house* e *Italian election* aparecen ambos en 16 ocasiones.
- *Coalition government* y *Supreme court* (15),
- *Grand coalition* e *Italian government* (14),
- con once ocurrencia están *Electoral law* e *Interior minister*, seguidos finalmente de *European commission*, que aparece en diez ocasiones.

Como término negativo destaca *tax fraud*, con una frecuencia de 19 casos.

Finalmente, sobre la inmigración, abordada desde una perspectiva del gobierno, se han hallado los dos términos:

- *Mare Nostrum* (32) que se refiere a la operación llevada a cabo por el Gobierno italiano en el año 2013 y que está basada en acciones navales y aéreas como medida al incremento de la inmigración irregular a Europa y naufragios frente a la isla de Lampedusa, e
- *Italian navy* (16).

## **Sociedad**

Dentro de Sociedad se han obtenido resultados de diferentes subcategorías:

En cuanto al campo léxico relativo a los Sucesos se han proporcionado sustantivos relativo por un lado, al caso del hundimiento del crucero *Costa Concordia*: *Schettino* (15) y *Concordia* (20); y por otro, al caso del asesinato de la joven estudiante de Perugia: *Knox* (38) y *Sollecito* (37).

Además, dentro de la misma sección se incluyen palabras como *Mafia* (51) y *Migrants* (49).

El dictador *Mussolini* aparece en 24 casos. Las noticias donde se hace alusión a esta figura histórica están englobadas en las secciones de sociedad y cultura.

## **Cultura**

Sobre la Cultura, la lista de palabras clave han recogido el apellido del actor italo-americano, *Gandolfini* (9), el apellido del diseñador *Missoni* (10) y al artista italiano *Caravaggio* (10).

En lo referido a la Gastronomía, se incluye el apellido de un famoso chef italiano: *Bottura* en 31 ocasiones.

En cuanto a lugares de la geografía italiana destacan entre las palabras clave las siguientes localizaciones ordenadas por su frecuencia:

- *Calabria* , de la que aparecen 30 casos
- *Turin*, en segundo lugar por su frecuencia se ha hallado en 25 ocasiones
- *Puglia* se muestra 14 veces, y
- *Lecce* en nueve ocasiones.

Por último, se sitúan también en esta lista dos conceptos relativos a los medios de comunicación: *Repubblica* (34) y *News agency* (15).

## **Economía**

Sobre la terminología económica se han obtenido las siguientes palabras:

- *Eurozone* (52),
- *Pound* (143),
- Euro (143),
- *Austerity* (30).

(b) Resultados de la frecuencia léxica de lemas con connotaciones positivas y negativas

Al igual que en el caso de España, para Italia se ha buscado la frecuencia de los mismos 15 lemas, en su mayoría sustantivos con posibles connotaciones negativas que se han sometido a un análisis cuantitativo.

Los lemas *crisis* y *bad*, también en su comparativo y superlativo, alcanzan ambos 58 ocurrencias. Son las dos palabras con mayor frecuencia entre las seleccionadas, seguidas por *austerity* que aparece en 34 ocasiones. Las palabras *unemployment* y *unemployed* se ha hallado en 30 casos conjuntamente,

En número de ocurrencias le siguen: *victim* (-s) (28), *racist/racism* (27), *fraud* (-s) (24), *corruption* (19), *disaster* (-s) (17), *wrong* (15), *scandal* (12) y *dispute* (-s) (-ed) (10).

Finalmente la frecuencia de los lemas *negative* con seis casos, *smuggling*, con cuatro ocurrencias, y *poverty*, con solo tres casos, ha sido muy reducida.

La tabla que aparece a continuación muestra las palabras con un significado negativo para Italia y así como frecuencia en las noticias, ordenadas alfabéticamente:

Palabra	Frecuencia
<i>austerity</i>	34
<i>bad</i>	58
<i>corruption</i>	19
<i>crisis</i>	58
<i>dispute</i> (-s) (-ed)	10
<i>disaster</i> (-s)	17
<i>fraud</i> (-s)	24
<i>negative</i>	6
<i>poverty</i>	3
<i>racist/racism</i>	27
<i>scandal</i>	12
<i>smuggling</i>	4
<i>unemployment</i> (-ed)	30
<i>victims</i> (-s)	28
<i>wrong</i>	15

Tabla nº 21. Palabras con significado negativo para Italia

Por el contrario, con el mismo objetivo que el procedimiento anterior, se ha visto necesario hacer una búsqueda de 15 palabras con implicaciones positivas. A continuación, se presenta los resultados obtenidos:

Los dos lemas con mayor número de ocurrencias son *new* con 239 y *good*, también en formas comparativa y superlativa con 144. El sustantivo *growth* se menciona en 54 casos. Por su frecuencia le siguen: *free* y *positive* (23), *original* y *improve* (-ment) (19) y *benefit* (-s) (12).

Otros adjetivos como *happy*, *extraordinary*, *proper*, *wonderful* y *exceptional* no tienen un número significativo de ocurrencias.

Palabra	Frecuencia
1. <i>benefit (s)</i>	12
2. <i>exceptional</i>	1
3. <i>extraordinary</i>	6
4. <i>fabulous</i>	0
5. <i>free</i>	23
6. <i>good</i>	144
7. <i>growth</i>	54
8. <i>happy</i>	10
9. <i>improve (ment)</i>	19
10. <i>new</i>	239
11. <i>original</i>	19
12. <i>positive</i>	23
13. <i>profit</i>	45
14. <i>proper</i>	4
15. <i>wonderful</i>	2

Tabla nº 22. Palabras con significado positivo para Italia

#### 3.4.2.2.2. Resultados del análisis de las concordancias léxicas

El siguiente paso ha sido el de obtener las listas de concordancias léxica para poder conocer las palabras que, por su colocación, estaban vinculadas a Italia. Se ha podido obtener, para poder realizar el posterior análisis de léxico, los cinco o seis términos anteriores y posteriores a las palabras *Italy* e *Italian*; por ello la colocación de los términos ha sido esencial para acotar la búsqueda.

Los resultados fueron clasificados según la temática y la connotación. El resultado de la búsqueda en la herramienta puede verse en el siguiente ejemplo (imagen nº 9):

file494900...	regions, is the home to the 'Ndrangheta, now <b>Italy's</b> most formidable organised crime syndicate
file494900...	Concordia staff found guilty over shipwreck in <b>Italy</b> Italian court sentences cruise liner employees
file494900...	racists still flourish in multicultural <b>Italy</b> John Foot: Italy is changing - but the
file494900...	flourish in multicultural Italy John Foot: <b>Italy</b> is changing - but the racist 'joke' made
file494900...	Calderoli in reference to Cécile Kyenge, <b>Italy's</b> black minister of integration, at a recent
file494900...	racism and hatred? When I started living in <b>Italy</b> in 1988 (in Milan), immigrants were few
file494900...	the "dirty" sector of a booming economy. <b>Italy's</b> ageing population and increasing wealth
file494900...	gain any rights at all. Even those born in <b>Italy</b> had to wait until their 18th birthday before
file494900...	power and prominence. Kyenge arrived in <b>Italy</b> in 1983, and is a qualified ophthalmologist
file494900...	daughters were born and have grown up in <b>Italy</b> . She is Italian and black, and has promised
file494900...	black, and has promised to try to reform <b>Italy's</b> citizenship laws, a change the Italian
file494900...	heartlands in the provinces of northern <b>Italy</b> . Its politicians took power in a number
file494900...	them vulnerable to attack and exploitation. <b>Italy</b> is not a racist country, but it is a country
file494900...	not win, because the future is with the <b>Italy</b> of Balotelli and Kyenge. Italy is a multicultural
file494900...	with the Italy of Balotelli and Kyenge. <b>Italy</b> is a multicultural country, whether they
file494900...	school seeks to inspire a happy ending to <b>Italy's</b> recession Director Alessandro Baricco believes
file494900...	began 30 years ago and which is now, even as <b>Italy</b> experiences one of its longest post-war
file494900...	Thanks to his drive, and the help of two of <b>Italy's</b> most famous businesses, the Scuola Holden
file494900...	students, some are hoping it can also give <b>Italy</b> some lessons in how it can embark on a
file494900...	narrative. "First we can learn from the rest of <b>Italy</b> ," says Baricco, looking out of the window

Imagen nº 7. Lista de concordancias sobre Italy

## Italy

En primer lugar, se ha realizado la búsqueda de la lista de concordancias del lema *Italy*. A continuación, para realizar el análisis lingüístico, se ha extraído los términos más próximos que pudieran desprender asociaciones negativas para la imagen del país.

### Connotaciones negativas

#### Sociedad

Relacionados con la temática de Sociedad se han hallado vinculaciones con la lucha anti-mafia, como se observa en esta oración:

(1) *Italy arrests 51 in Ostia anti-mafia raids Police.*

Siguiendo con el mismo tema se ha hallado la siguiente oración:

(2) *Italy's mafia and state are under the spotlight.*

Las concordancias reflejan la aparición del racismo unido a la palabra *Italy* en relación a la inmigración. Sin embargo, en una de las oraciones extraídas se recoge la siguiente afirmación:



- (1) *"Italy is not a racist country, but it is a country where racism is tolerated"*.

Por otro lado, los resultados vinculan a Italia con la situación del desempleo del país como se observa en los siguientes extractos:

- (1) "(...) when the problem of youth unemployment in Italy- and not only in Italy - is enormous, (...)".
- (2) "Unemployment among the under-25s - high across Italy -is particularly problematic in the south (...)".
- (3) "Italy's 43% youth unemployment rate for under (...)".
- (4) "Italy has near-record levels of unemployment".

En la misma línea, se habla de pobreza en el país, así aparece en la concordancia siguiente:

- (1) "Italy living in relative poverty".

Asimismo Italia vinculada a la violencia de género como se deja patente en las siguientes oraciones:

- (1) *Italy passes new laws to tackle violence against women*
- (2) *Italy's systemic problem of domestic violence."*

Por último, mencionar la presencia de la figura de Mussolini en la sociedad actual:

- (1) "Mussolini has quietly taken his place as an icon for many Italians".

## **Política**

Las concordancias negativas englobadas dentro de esta temática con el lema *"Italy"* se manifiestan en oraciones como:

- (1) "(...) to save the country from government collapse. Italy is running a risk that is potentially fatal".
- (2) "Italy ran a risk of fresh ungovernability".
- (3) "Italy's justice system needs fixing".
- (4) "Italy is one of the most litigious countries".
- (5) "politics in Italy had "lost all credibility".
- (6) "All parties have failed to build a community safety".

- (7) “Italy is "old", governed by old people”.

## ***Italian***

### **Connotaciones negativas**

#### **Sociedad**

En cuanto a las concordancias relativas al lema *Italian*, es significativo el descontento de la sociedad y la apatía, como puede observarse en las siguientes oraciones:

- (1) “It frustrates him to hear Italians self-flagellate”
- (2) “Italians general frustrated apathy into a powerful political movement”.

En cuanto a las concordancias referidas a *Italian*, se han recogido los siguientes ejemplos negativos asociados con los políticos del país, en las que lo hallamos acusados de corrupción:

- (1) “vapidity of Italian politics”.
- (2) “Italian politics is corrupt, elitist, and closed”

#### **Economía**

El vocabulario con significado negativo (inestabilidad, déficit) asociado a las familias de clase media y a la situación general del país se ha hallado igualmente en las noticias económicas, como es visible en los siguientes ejemplos:

- (1) “hit hardest ordinary families economic downturn”.
- (2) “dramatically reduced Italy 's annual budget deficit and restricted”.
- (3) “The economic situation has gone downhill”.
- (4) “Italy’s growing financial instability”.

#### **Educación**

Para ejemplificar el contenido de la temática de Educación, se ha recogido una serie de frases extraídas todas ellas de una noticia con un claro contenido crítico hacia la calidad de la educación en Italia:

- (1) “high unemployment among young graduates in Italy because the quality was low”.
- (2) “Italy and Spain came bottom of an OECD ranking”.
- (3) “Graduates in Italy and Spain have low basic skills”.

## **Cultura**

Las palabras “*Italy*” e “*Italian*” se han hallado unidas a términos negativos en noticias referidas a la Cultura, a la gestión cultural y a la historia de Italia de la primera mitad del siglo XX.

Las relativas a la cultura y a la gestión cultural versan sobre la crisis y la falta de presupuestos, si bien la última ofrece esperanza al manifestar que la belleza la salvará, tal y como queda reflejado en las siguientes frases:

- (1) “spending on culture has virtually dried up”.
- (2) “We're in a very serious crisis because... those in charge still think that Italy is a place of manufacturing, but that is not so”.
- (3) “We've inherited an intolerable situation”.
- (4) “the moribund Italian tourism sector”.
- (5) 'beauty will save Italy'

Siguiendo con la misma temática, han resultado negativos los hechos que trasladan a Italia a la Segunda Guerra Mundial como manifiestan los siguientes enunciados relativos al contenido histórico:

- (1) “the darkest episode of Italy’s post-war history”.
- (2) “following his crushing of Italian democracy, his racial laws and his disastrous alliance with Adolf Hitler”.

La totalidad del léxico que han proporcionado las listas de concordancias queda recogida en las siguientes tablas:

<b>Sociedad</b>	
<b>Concordancias <i>Italy</i></b>	<b>Concordancias <i>Italian</i></b>
<i>anti-mafia (2), mafia conviction, poorest regions, racists, racism, racist, post-fascists, neo-fascist groups, hatred, recession, youth unemployment, employment restrictions, unemployment, organised crime and corruption , poverty, 'forgotten generation', pessimistic, strike, youth intolerant, mass unemployment, systemic problem of domestic violence, chauvinistic culture, domestic violence.</i>	<i>Arrested, bemusement, lack of youth protest, gerontocracy, unemployed (2), elderly élite, discontent, neo-fascist youths, apathy,</i>
<b>Política</b>	
<b>Conordancias <i>Italy</i></b>	<b>Concordancias <i>Italian</i></b>
<i>government collapse (3), risk, ungovernability, crisis, political turmoil, fragile coalition government, tax fraud, depressing sign, worries, lack of competitiveness, instability, ,bribery scandal, corruption, immigration issues, fraud y litigious.</i>	<i>grotesque enigma, vapidness, Apathy and disenchantment, daunting, corrupt, elitist, closed, fraud,</i>
<b>Economía</b>	
<b>Concordancias <i>Italy</i></b>	<b>Concordancias <i>Italian</i></b>
<i>hit, reduce, annual budget deficit, downhill, instability, bailouts</i>	<i>Bailout</i>

<b>Educación</b>	
<b>Concordancias Italy</b>	<b>Concordancias Italian</b>
<i>Low, low basic skills.</i>	
<b>Cultura</b>	
<b>Concordancias Italy</b>	<b>Concordancias Italian</b>
<i>Darkest, disastrous, serious crisis.</i>	<i>Intolerable, moribund, indignity, stereotyping and denigrating, racist stereotypes.</i>

Tabla nº 23. Concordancias con *Italy/Italian* por temática

### Connotaciones positivas

Finalmente, es especialmente relevante el hecho de que en los parámetros establecidos para la búsqueda de connotaciones positivas con esta herramienta tan solo se han hallado de manera manual por su significado positivo, las siguientes frases:

- (1) *“Italians are starting to see as vital if the country is to capitalise properly on one of its major strengths – culture.*
- (2) *“Italy is a multicultural country”.*
- (3) *“Italians have big hearts”*
- (4) *“We are a smiling, hopeless country”.*
- (5) *“We are a place where culture, ideas, food, art and fashion are produced – it’s all connected with beauty... Now is the time to make the most of these things because they will not last forever”.*

#### 3.2.2.2.3. Resultados hallados en el análisis del Universo de palabras

En la imagen nº 10 se pueden observar los resultados obtenidos automáticamente a través de la función de *Thesaurus*, para la búsqueda de la palabra *“Italy”*.

La herramienta nos proporcionó un listado de palabras clave asociadas al término y el siguiente universo de palabras:



Imagen nº 8. Universo de palabras sobre Italy

Se observa que la frecuencia de las palabras del universo evidencia la importancia de la política. *Government* (276), *Letta* (103), *Grillo* (100), *Renzi* (97) y *Parliament* (80) son los términos más relevantes por el número de alusiones. La frecuencia de *country* (246) y *people* (242), a pesar de ser muy alta, no se considera que aporte datos significativos para este estudio.

LEMMA	FRECUENCIA
Country	246
Europe	99
People	242
Letta	103
Renzi	97
Parliament	80
Thing	63
Grillo	100
Time	170
City	62
France	36
Rome	93

Region	47
Election	175
Government	276
Someone	18
Boat	49
Market	133
Journalist	48
Passenger	32

Tabla nº 24. Frecuencia del universo de palabras de *Italy*

El mismo procedimiento se ha aplicado para la palabra “*Italian*”. Los resultados del universo y la frecuencia de las palabras se exponen a continuación:



Imagen nº 9. Universo de palabras sobre *Italian*

De la frecuencia del universo de palabras asociado a *Italian* sobresale la palabra *new* en 199 casos, que se puede considerar como adjetivo que indica algo que acaba de aparecer o algo distinto a otra cosa ya existente por lo que aplicado a la imagen de lo italiano, refleja un significado de renovación, principalmente justificado por el período de transición política. Esa misma razón explica la frecuencia de la palabra *political* con 172 casos. El resto de palabras, a pesar de poseer una frecuencia considerable, no son aportan un significado de relevancia para este estudio.

LEMA	FRECUENCIA
New	199
European	77
Former	119
Other	157
Political	172
Young	84
Next	68
Many	129
Us	84
Social	47
Northern	23
Third	28
Southern	28
Daily	30
Major	22

Tabla nº 25. Frecuencia del universo de palabras de Italian

#### 3.2.2.2.4. Resultados de carácter gramatical

Con el objetivo de reparar en las palabras que se vinculan a Italia, se ha visto necesario analizar la gramática. Al igual que con el lema *Spain*, en los modificadores de *Italy* se pone de relieve la manifiesta distinción del norte y del sur, ya que los lemas más frecuente son *southern* (siete casos) y *northern* (seis casos).

Se ha hallado que los verbos en los que Italia aparece como objeto son, entre otros, *flee* (8 ocasiones) y con dos *embarrass*, *divide* y *force*, los tres en dos ocasiones. Asimismo, se señala la relevancia del significado de los verbos *prepare* y *become* con los que Italia aparece como sujeto. En este caso, Italia aparece con mayor frecuencia conectado por la preposiciones *and/or* con Francia y *us* (Gran Bretaña, ya que se asume que hace referencia al país en el cual se publica la noticia) y *Germany*. Por otro lado, las preposiciones repetidas un mayor número de veces con Italy son *in* y *of*.

Todos los resultados gramaticales aparecen detallados en las tablas que se muestran a continuación:



### Modificadores de "Italy"

southern	7
northern	6
calabria	3
round	2
recession-mired	2
central	2

### Nombres y verbos modificados por "Italy"

tale	4
vote	2
election	2

### Verbos con "Italy" com objeto

flee	8
leave	8
portray	2
embarrass	2
travel	2
divide	2

force	2
turn	2
save	2
say	5
give	2
be	5

### **Verbos con "Italy" como sujeto**

do	6
have	6
be	13
prepare	4
run	4
listen	3
need	3
become	3
show	3
experience	2
urge	2
die	2

call	2
go	2

**"Italy" y/o ...**

Spain	10
France	9
us	7
Germany	6
Belgium	4
Calabria	3
country	3
gdp	2
malta	2
africa	2
greece	2

**Frases preposocionales**

... in "Italy"	146
... to "Italy"	40
... of "Italy"	38

... for "Italy"	12
"Italy" in ...	11
"Italy" to ...	8
"Italy" as ...	6
"Italy" for ...	5
... from "Italy"	5
... about "Italy"	5
"Italy" with ...	5
... with "Italy"	5
... through "Italy"	5
"Italy" after ...	4
"Italy" by ...	4
... as "Italy"	4
... across "Italy"	4
"Italy" on ...	3
... on "Italy"	3
"Italy" from ...	3
"Italy" at ...	3
... around "Italy"	3

... between "Italy"	2
"Italy" before ...	2
"Italy" during ...	2

### **Adjetivos predicativos de "Italy"**

unlikely	2
----------	---

### **"Italy" is a ...**

country	4
---------	---

### **"Italy"'s ...**

minister	18
court	10
president	6
law	5
centre	4
government	4
museum	3
system	3
ability	3

debt	3
leader	3
coalition	3
election	3
economy	3
longest-serving	2
politician	2
university	2
house	2
police	2
coast	2
bank	2
rate	2
region	2
crisis	2
heritage	2

Tabla nº26. Resultados gramaticales de Italy

Respecto a la palabra *Italian*, los datos obtenidos se presenta a continuación:

### Nombres y verbos modificados por "Italian"

election	24
politics	15
navy	10
food	10
police	10
parliament	9
medium	9
president	9
newspaper	9
government	10
authority	8
politician	8
espresso	7
island	7
woman	7
minister	9
mp	6
system	6
court	6

coastguard	5
ministry	5
law	5
press	4
port	4
journalist	4

**"Italian" y/o ...**

former	13
daily	6
prime	6
southern	4
general	4
political	5
10-year	3
communist	3
judicial	3
traditional	3
inconclusive	3
northern	3



greek	3
other	3
slow-moving	2
proper	2
supreme	2
alpine	2
military	2
english	2
german	2
many	2
young	2

### Frases preposicionales

"Italian" for ...	2
-------------------	---

Tabla nº27. Resultados gramaticales de *Italian*

### 3.3. Análisis de la Imagen y connotaciones sobre España e Italia en las noticias

#### 3.3.1. Análisis de la temática de las noticias sobre España

En este apartado se mostrará los porcentajes de la cobertura mediática dedicada a los temas que el diario *theguardian.com* ha considerado relevantes para sus lectores digitales, lo que proporcionará información sobre “agenda setting”. Se expondrán de manera cronológica y posteriormente se hará un análisis diacrónico comparativo de los años 2013 y 2014. Una vez realizado este proceso en los dos países de una manera individual, se procederá a un análisis comparativo entre ambos.

##### Año 2013

Durante el año 2013 se hallaron los siguientes porcentajes:

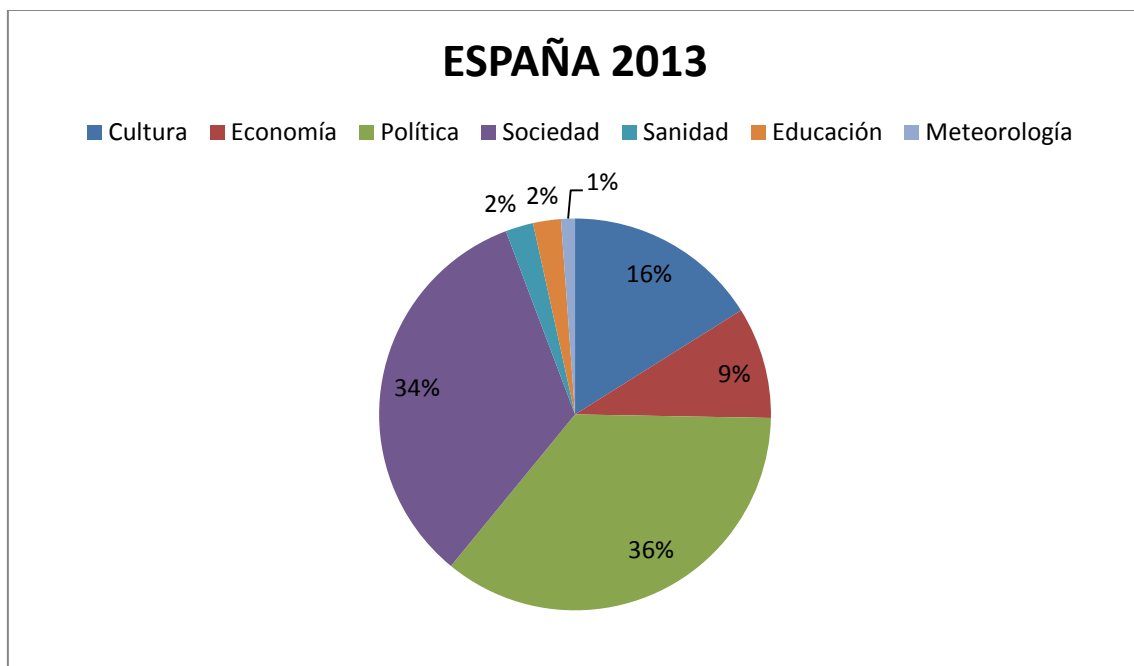


Gráfico nº5. Resultados de noticias por temática sobre España (2013)

El área con mayor cobertura la constituye la dedicada a las noticias sobre sociedad, con un porcentaje del 34%, seguida estrechamente por la política a la que se dedica un 36%. En tercer lugar, se halla la cultura con un 16% y finalmente la economía (9%), la sanidad (2%) y la educación con un 2%.

En las noticias sociales se incluyen los temas referidos a la monarquía, a la que se dedican cuatro titulares, lo cual se puede explicar a que esta institución tiene un prestigio muy arraigado en la idiosincrasia británica. Otra razón que puede justificar este interés es la de los escándalos producidos dentro de la familia real española en este periodo de tiempo. En menor medida hemos hallado noticias dedicadas al desempleo, un problema resultado de la crisis económica y social del siglo XXI.

Cabe destacar, sin embargo, la ausencia de noticias sobre la inmigración, quizás el mayor drama humano y social de nuestro tiempo. Incluida en esta área hallamos los sucesos: en este caso informan de accidente de tren en Galicia. Dedicamos dos noticias a una figura representativa del panorama deportivo español, Messi, acusado presuntamente de fraude fiscal.

La sección de Política recoge un 36% del porcentaje total de noticias. Se incluye las noticias de temática nacional (las dedicadas a hechos acontecidos en Gran Bretaña o relacionadas como es el caso: *“UK cuts less severe than those of US, France and Spain, says Nick Clegg”* o las relativas al conflicto de Gibraltar, al que se dedicó la significativa cifra de 18 titulares) e internacional (las relativas a España como las noticias sobre la corrupción política: *“Anger at spanish political corruption must be converted into action at last”*; o a España en relación con otros países como por ejemplo, *“From Quebec to Spain, anti-protest laws are threatening true democracy”*).

Un porcentaje significativamente inferior lo constituyen las noticias culturales, con un 16 % del total. En este año se incluyen titulares relativos al arte (Murillo), el cine (El Cid o la película de Blancanieves en el festival de cine mudo) y el turismo (Viajes a la Costa Brava y la Costa Dorada).

Por último, con cifras menores aparecen la economía con un 9% de la información de este año, la sanidad con un 2% y la educación con solo un 2%. Es poco trascendente para esta investigación la aparición de tan solo una noticia sobre meteorología en la que se informa de una ola de calor que afecta a Inglaterra cuyo nombre hace referencias España.

## Año 2014

Durante el año 2014 se hallaron los siguientes porcentajes:

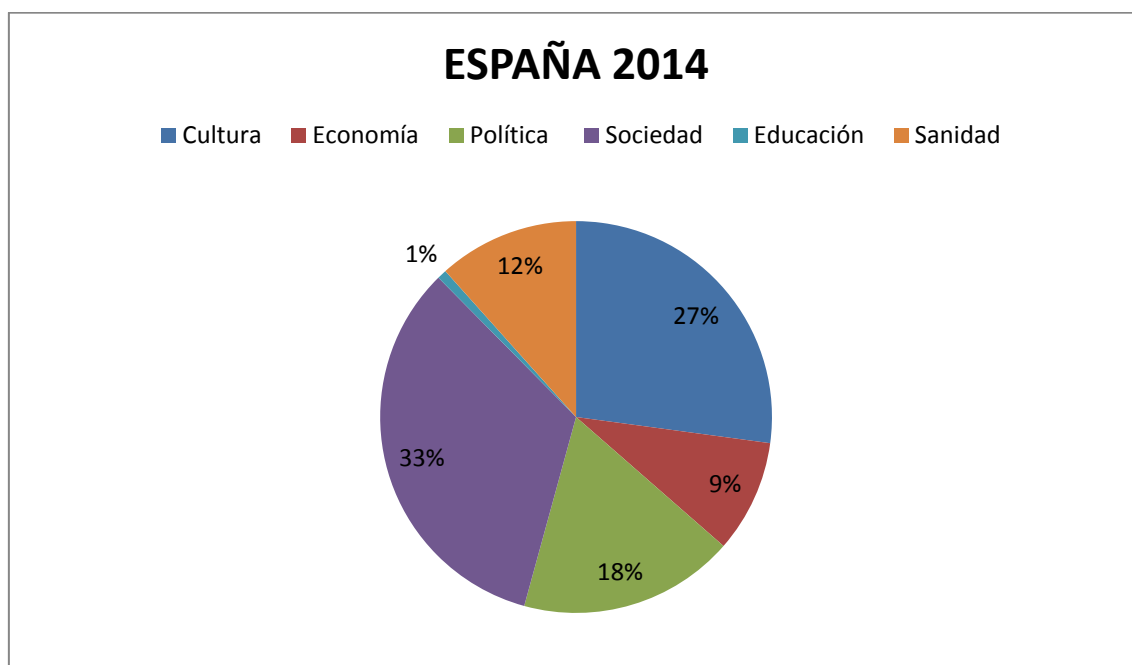


Gráfico nº6.Resultados de noticias por temática sobre España (2014)

En este periodo, en primer lugar, se observa un predominio de las noticias sociales con un 33%, seguido de la temática cultural, que ocupa un 27% del total. Un tema que hemos incluido en sociedad, si bien también está relacionado con la sanidad, e incluso con la política, es el aborto, que se recoge en cuatro noticias. Sin embargo, hemos considerado que el aborto debe abordarse como un problema social relacionado con cuestiones afectivas, económicas y laborales. La cobertura acerca de este tema se explica por la posibilidad de cambios legales en el país español. Igualmente, se recogieron noticias sobre el derecho a la protesta. Por otro lado, llama la atención que tan solo aparezca una noticia sobre la inmigración. El número de noticias sobre la monarquía durante este año se vio aumentado a causa de la abdicación del rey Juan Carlos I.

La cultura es la siguiente temática en proporción con un 27% de noticias. Entre ellas, cabe destacar las dedicadas a la polémica de España con Google por la ley de la propiedad intelectual y que afecta a los medios de comunicación.

La política abarca un 18% al incluir noticias como aquellas relativas al movimiento independentista catalán y al escocés. El asunto sobre los periodistas españoles secuestrados en Siria se incluye dentro de la información internacional.

Una cifra del 12% sobre la temática de Sanidad se explica por la expectación en torno al virus del Ébola y sus posibles repercusiones por el contagio.

La economía y la educación adquieren poca relevancia en cuanto a porcentaje, con un 9% y un 1% respectivamente.

### **3.3.2. Análisis de la connotación de las noticias sobre España**

#### **Cultura**

En el área de Cultura (49 noticias) se han hallado 29 casos con connotaciones que pueden calificarse de positivas (nueve en el año 2013, y veinte en el año 2014), nueve noticias negativas (tres en el año 2013 y seis en el año 2014) y nueve noticias en las que la imagen de España no queda alterada ni positiva ni negativamente. Finalmente, se han hallado dos noticias, una sobre música en la que la imagen de España resultaba positiva al promocionar a Manuel de Falla que, sin embargo, había sido interpretado por un pianista de calidad dudosa. La segunda noticia en la que conjugan los tipos de connotaciones es una noticia sobre un restaurante de estrellas Michelin que se cierra entre otras razones por la crisis económica. Por tanto, aparece como un país con gran reputación gastronómica pero una mala imagen desde el punto de vista económico.

El número de noticias positivas es significativamente mayor. Esto se debe fundamentalmente al peso de las noticias sobre viajes por el país y por el interés por el idioma, nuestro cine y nuestro arte.

Las noticias negativas son aquellas en las que confluyen la situación económica y su efecto sobre la cultura. También es destacable una noticia sobre la falta de respeto a los animales que además refuerza los estereotipos machistas que pesan sobre España. Como contraposición a ello, una noticia en la que se sustituye un toro por una pelota le quita peso a este modelo estereotipado.

#### **Sociedad**

De un total de 72 noticias en el área de Sociedad (72 noticias) se han hallado 48 con connotaciones negativas (veinte en el año 2013, 28 noticias en el año 2014), de ellas, 11 son sobre la monarquía y el desprestigio de la Casa Real y 8 relativas al accidente de Santiago. El aborto (2 noticias) y las huelgas y protestas (3 noticias) no tienen una incidencia especialmente importante. En cuanto a las noticias con connotaciones positivas su número es significativamente inferior a las negativas con los 11 casos (cinco en el año 2013 y seis en el año 2014), tan solo uno de ellos sobre la monarquía. El mismo número de casos es el encontrado sobre noticias neutras, como es el caso de la indiferencia de la Unión Europea ante invasión del caracol en los cultivos del Delta del Ebro. Por último, se han hallado dos noticias en el que confluyen las connotaciones positivas y negativas.

### **Economía**

De las 20 noticias publicadas sobre la economía española, se han hallado 12 casos de connotaciones negativas (seis noticias en cada año), referidas principalmente a la crisis económica; el número de connotaciones positivas ha sido de cinco casos (una noticia en el año 2013 y cuatro noticias en el año 2014), mientras que se han hallado tres noticias neutras. Las positivas hacen referencia a la solidez del sistema de la banca española, el aumento de ayudas al desempleo o las medidas del gobierno para la recuperación económica. Entre las noticias neutras, en las que la imagen de España no se ve afectada.

### **Política**

En el área de Política se han hallado un total de 54 noticias, 39 de las cuales son negativas (27 noticias en el año 2013 y 12 en el año 2014), seis casos ofrecen connotaciones positivas (dos noticias en el año 2013 y cuatro en el año 2014) y nueve han sido clasificadas como neutras. Los casos negativos vinculan a España con la corrupción política y un mal uso de la política exterior siendo significativo el caso de Gibraltar con 20 noticias negativas (tan solo dos de ellas durante el año 2014).

### **Sanidad**

Las noticias sobre Sanidad la conforman 17 casos, su cobertura se debe en su mayoría por la información sobre el virus del Ébola (14 noticias) que afecta a la repatriación del misionero infectado a España y al posterior contagio de la enfermera madrileña. De las

noticias sobre el Ébola, se han hallado siete casos negativos que ofrecen una visión de España como un país que se apresura en abordar un tema con posibles consecuencias fatídicas así como las deficiencias de sistema sanitario español en torno a su actuación frente al virus. No obstante, se han recogido siete noticias neutras sobre el caso que tratan sobre el estado de los pacientes. Por otro lado, han aparecido tres noticias sobre la sanidad en España, dos de ellas con claras connotaciones negativas al hacer referencia a cómo la crisis económica está repercutiendo en la atención de los hospitales españoles y otra sobre la falta de atención médica a los extranjeros ingleses. Tan solo un caso posee connotaciones positivas al hacer divulgación de una investigación española.

## Educación

En la temática de educación se han hallado solo tres noticias, una con connotaciones positiva y dos negativas ya que señalan la baja calidad del sistema educativo español y los recortes en educación a causa de la crisis económica.

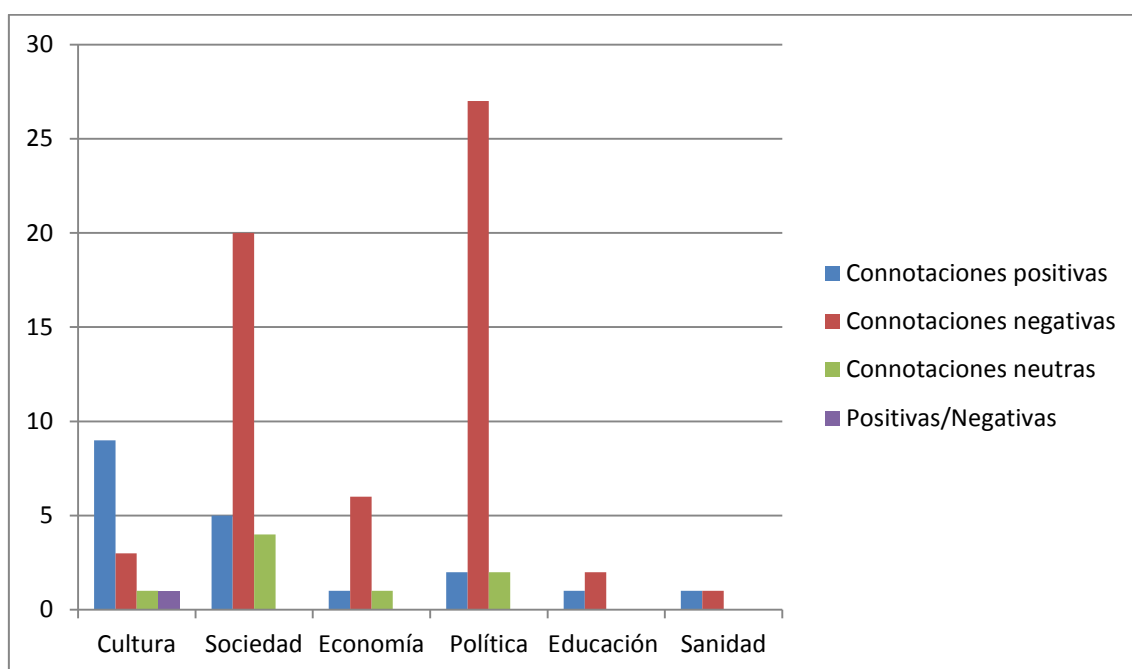


Gráfico nº 7. Connotaciones de las noticias sobre España (2013)

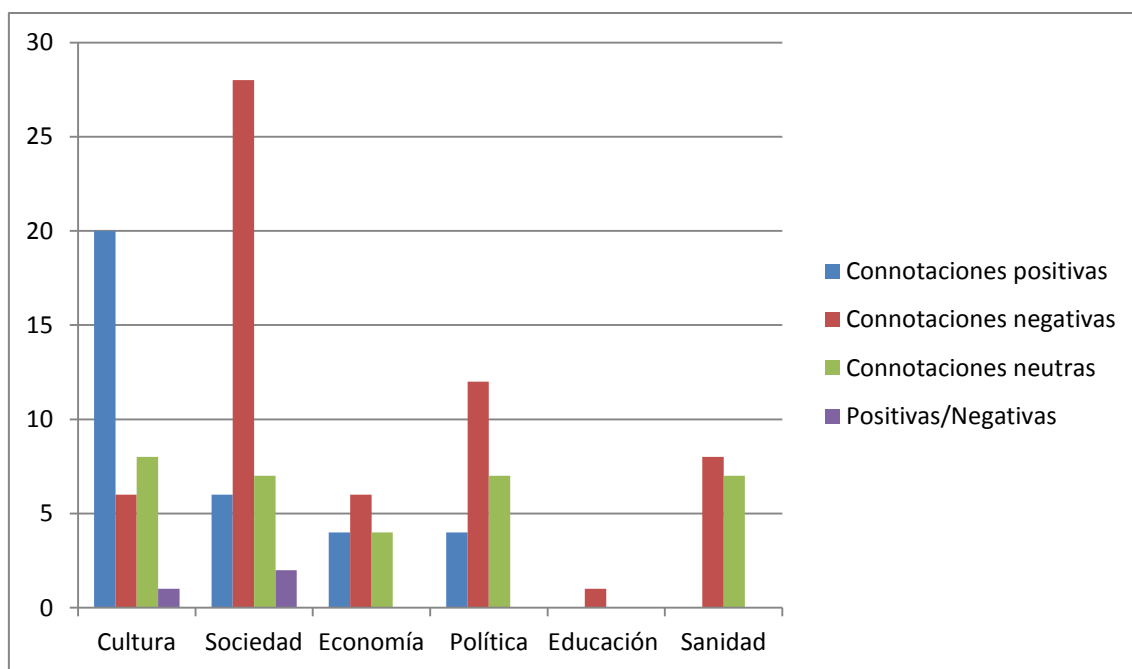


Gráfico n° 8. Connotaciones de las noticias sobre España (2014)

### **Análisis comparativo de la temática de las noticias sobre España en los años 2013 y 2014.**

En ambos años se ha hallado las mismas áreas: sociedad, política, cultura, economía, sanidad y educación. También existe un paralelismo entre las temáticas con mayor y menor porcentajes: la sociedad y la educación, respectivamente.

Las diferencias más relevantes en los datos hallados en el análisis comparativo de las cifras en estos dos años se refieren a la cultura, la política y la sanidad. La cultura, de un porcentaje del 12 %, asciende a un 27 %. Ello se debe, entre otras causas, al mayor interés en el área de los medios de comunicación digital y el derecho de la propiedad intelectual (*Google*). Contrariamente, la política desciende de un 37% a un 20%, lo que se explica principalmente porque en el año 2014 tan solo dos noticias se hacen eco de la evolución del conflicto de Gibraltar, frente a las 18 del 2013. El aumento del interés por la sanidad se explica por el caso del virus del Ébola.



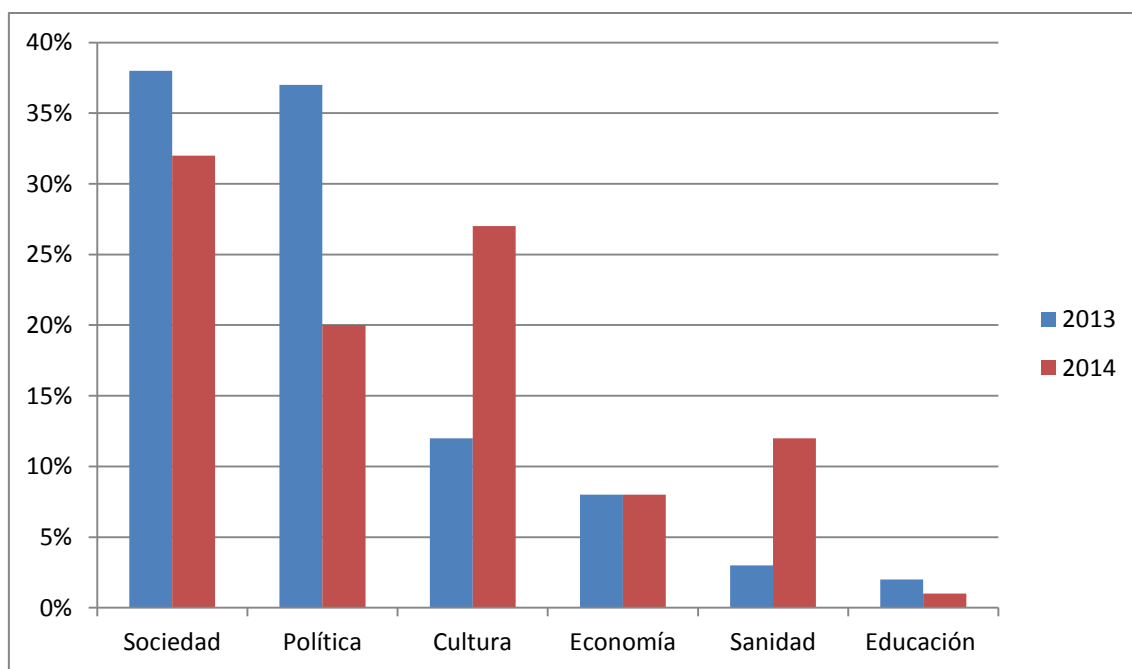


Gráfico nº 9 Análisis comparativo de la temática sobre España (2013-2014)

### 3.3.3. Análisis de la temática de las noticias sobre Italia

Al igual que en el apartado anterior, se hará una distinción entre las noticias acontecidas en cada año.

Año 2013

Las secciones halladas al introducir los lemas *Italy* e *Italian* en el año 2013 fueron las siguientes: política, sociedad, cultura, economía, meteorología y educación.

Durante el año 2013 se hallaron los siguientes porcentajes:

La sección de política se sitúa en un primer lugar en cuanto al porcentaje de noticias, con un 46%, cifra que se explica por la expectación que causó la celebración de las elecciones generales italianas.

Los temas sociales representan un 25% y destacan los sucesos como el caso del juicio a Amanda Knox, que tuvo una gran cobertura mediática, la inmigración y la mafia. La cultura comprende un 14% de los titulares y cubre las áreas del cine, los destinos de vacaciones y la enología, entre otros. La economía, con un 13 % está relacionada

estrechamente con la política y la repercusión de las elecciones italianas sobre los temas económicos; se hace alusión igualmente a la crisis en el ámbito de los negocios y el comercial. Finalmente, hallamos la educación y la meteorología, con un uno por ciento cada una.

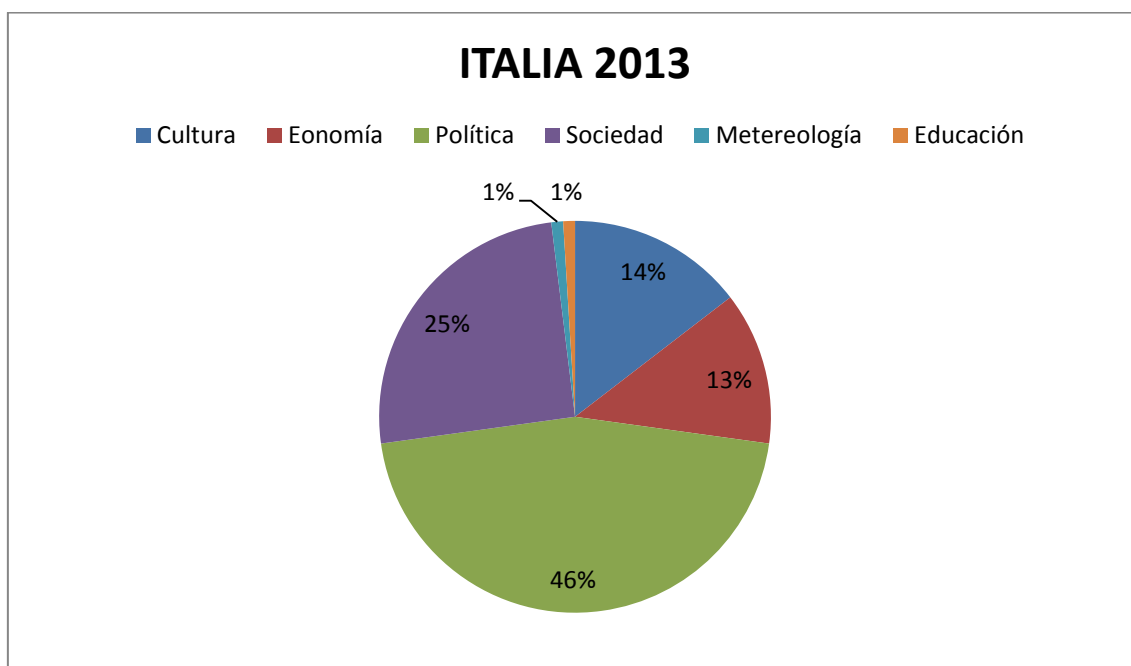


Gráfico nº 10. Resultados de noticias por temática sobre Italia (2013)

#### Año 2014

Las secciones halladas al introducir los lemas *Italy* e *Italian* en el año 2014 fueron las siguientes: política, sociedad, cultura, economía y educación.

Durante el año 2014 se hallaron los siguientes porcentajes:

La cultura fue el área con un porcentaje más alto de titulares (34%). Esta sección presenta por una parte información sobre chefs, artistas, escritores y músicos de renombre; por otra, da a conocer una guía de destinos de la geografía italiana, un tema de gran interés para los británicos desde tiempos del Gran Tour, con los viajes realizados por los aristócratas del siglo XVII. Un porcentaje muy similar lo obtiene la sección de sociedad, con un 33%. Volvemos a encontrar titulares sobre el caso de Amanda Knox y sobre sucesos como el Costa Concordia. La política alcanza un 26% de las noticias. Los protagonistas de este año son los políticos Enrico Letta y Matteo Renzi.

Por otro lado, sobre la temática económica destinan un 6% de los titulares. Destacar las ventas del patrimonio italiano en la noticia: “*For sale: Italian castle, haunted island and convent*”. Finalmente, el espacio dedicado a la educación es muy reducido ya que tan solo abarca un 1% en este año con la noticia: “*Graduates in Italia and Spain have low basic skills, says OECD report*”, en cuyo titular también aparece España.

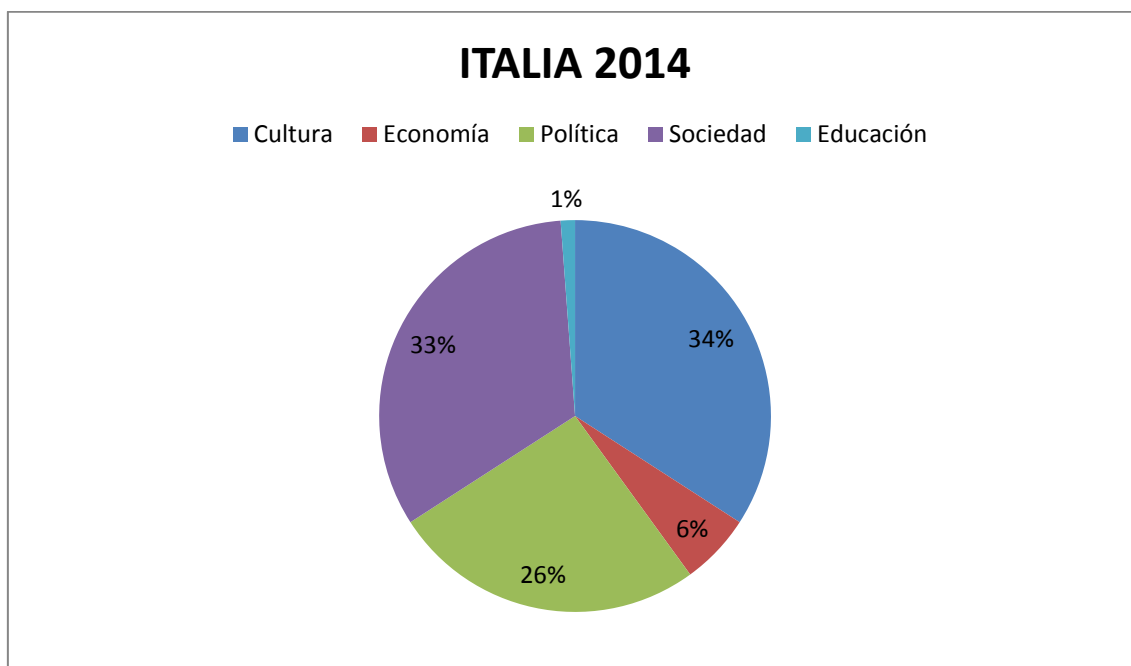


Gráfico nº 11. Resultados de noticias por temática sobre Italia (2014)

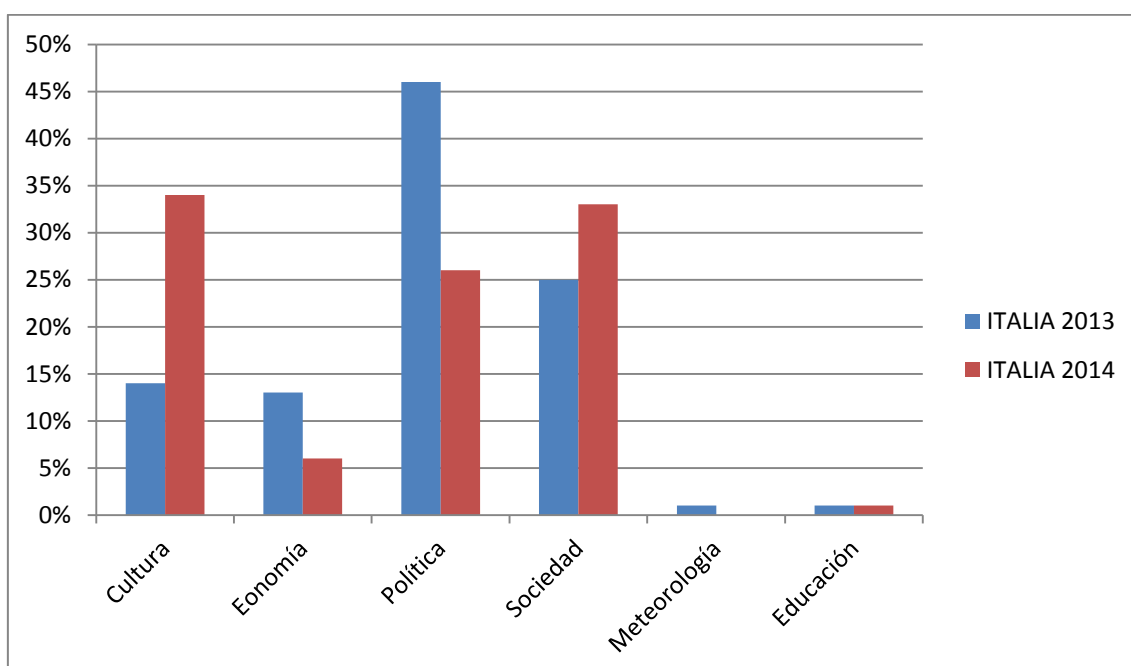


Gráfico nº 12. Análisis comparativo de la temática sobre Italia (2013-2014)

### **3.3.4. Análisis de la connotación de las noticias sobre Italia**

#### **Cultura**

En primer lugar, en la temática de Cultura se han hallado 47 noticias, de las cuales 12 poseen connotaciones negativas ( cinco noticias en el año 2013 y siete en el año 2014), 21 positivas( siete en el año 2013 y 14 en el año 2014), 13 neutras y una noticia que comparte connotaciones positivas y negativas. Sobre las primeras, por citar algunos de los casos, se han encontrado cuatro noticias relacionadas con el cine que poseen connotaciones negativas ya sea: (a) por la aparición de estereotipos negativos sobre la imagen de los italianos en una película; (b) por suponer una crítica negativa sobre una película italiana, (c) o por versar sobre las huelgas de los trabajadores de un sector del cine. Sin embargo, la frecuencia no es significativa ya que pueden tratarse como casos aislados.

En cuanto a las positivas, la cifra de siete noticias es indicadora de una buena imagen de la gastronomía y el vino italianos así como cinco casos sobre la promoción de destinos turísticos italianos. De las noticias clasificadas como neutras destacan cinco casos sobre el programa de televisión inglés *Trip to Italy*, que en su mayoría, a pesar de mencionar el país en los titulares, el contenido no afecta a la imagen al no promocionar ni perjudicar la imagen de los destinos italianos.

#### **Sociedad**

La temática de Sociedad está constituida por 54 noticias, de las cuales 33 dan una imagen negativa del país italiano ( 14 en el año 2013 y 19 en el año 2014), tres una imagen positiva y 18 neutras. Como se observa, destaca el número tan bajo de noticias positivas. También es relevante la alta frecuencia de noticias con connotaciones negativas, lo que se explica en la inclusión en este grupo de accidentes o la mafia.

Por su contenido destacan principalmente las dedicadas a sucesos (20 noticias), de las cuales solo una es positiva. Entre ellas se incluyen el juicio del crimen de Perugia (6) y las consecuencias del hundimiento del Costa Concordia (4). Es significativo que las noticias dedicadas a los medios de comunicación italianos son negativas (5).

#### **Economía**

En esta sección se han hallado 18 noticias, 12 con connotaciones negativas, una positiva y cinco neutras. Entre aquellas que poseen connotaciones negativas se ha apreciado que la incertidumbre causada por elecciones italianas ha podido influir en la imagen que se transmite del país.

### **Política**

La cobertura mediática de Política es de 70 noticias, 49 negativas (34 en el año 2013 y 17 en el año 2014), 13 neutras y tan solo siete positivas. La imagen negativa general del país en esos años viene determinada por un período de incertidumbre y de caos político en el que se arrastran décadas de corrupción. Se incluyen dos noticias sobre el resurgir de ideas neofascistas entre la población y el desencanto por la clase política se manifiesta de forma sarcástica. Asimismo, no se puede ignorar las noticias sobre declaraciones xenófobas. Las noticias neutras se explican más que por su falta de connotaciones, porque en este ámbito la subjetividad en la interpretación es aún mayor que en la de en otras áreas, debido a la ideología de cada lector. Así, por ejemplo, algunas de las noticias sobre el Movimiento Cinco Estrellas podrían ser consideradas con connotaciones positivas para un simpatizante de este partido, sin embargo, para lectores con una ideología diferente podrían suponer noticias con un significado con falta de seriedad y por tanto calificarse como negativas.

### **Educación**

Es relevante el hecho de que únicamente se halla encontrado un caso dedicado a la educación en el año 2014. Esta posee unas connotaciones negativas puesto que denuncia o hace una crítica del sistema educativo italiano.

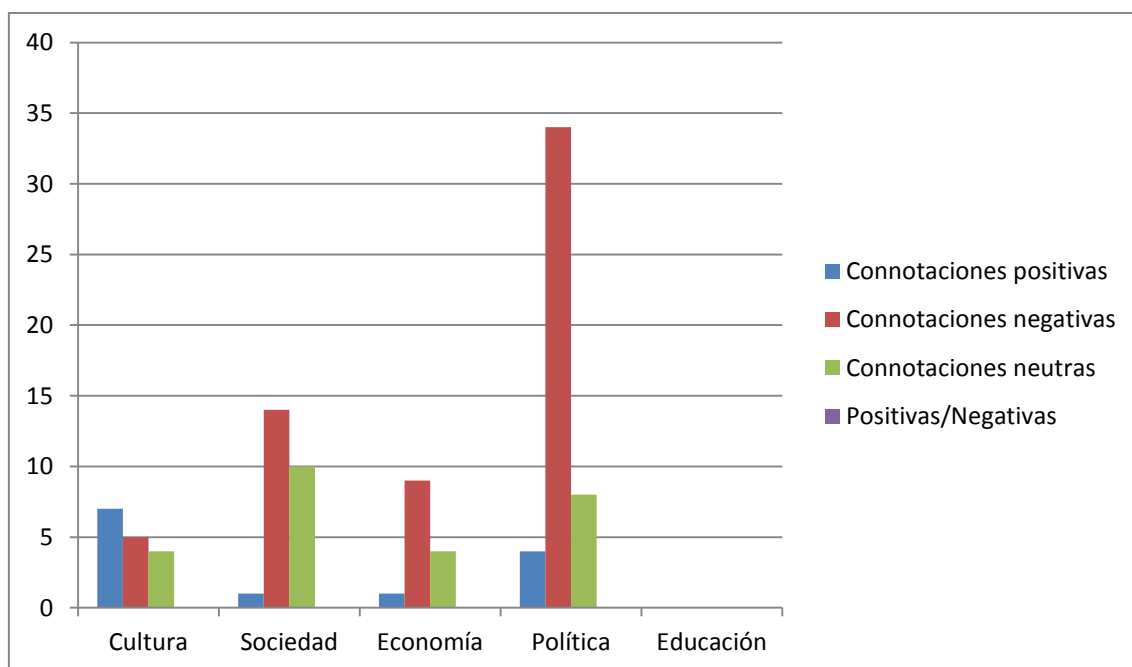


Gráfico nº 13. Connotaciones de las noticias sobre Italia (2013)

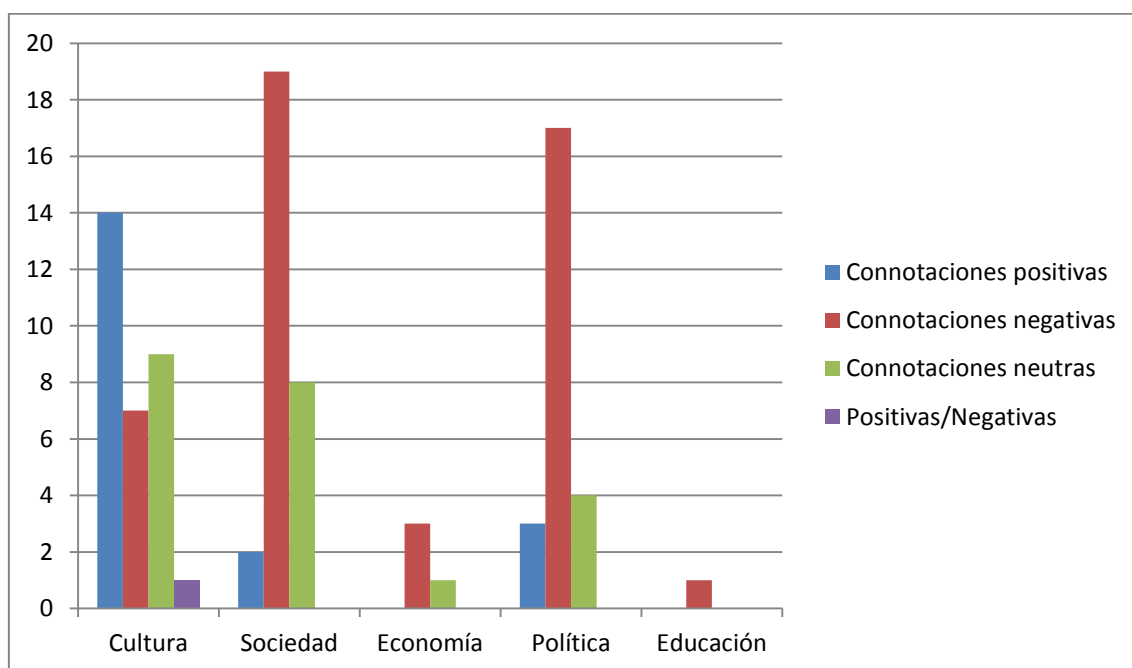


Gráfico nº 14. Connotaciones de las noticias sobre Italia (2014)

### **3.4. Análisis del contenido de las noticias en función de los estereotipos:**

Las connotaciones de una noticia están en función de los valores individuales y colectivos de los receptores. En esta sección y en la próxima se analizarán los factores determinantes en la imagen que se proporciona de los países analizados por parte de los lectores teniendo este hecho en consideración.

En primer lugar se presentarán los estereotipos que se han considerado más relevantes de estos países en la parte teórica de esta tesis para hallar si se encuentran presentes en las noticias.

#### **Temática de las noticias y estereotipos negativos sobre España:**

- Noticias relativas al trato animal en España.
- Machismo.
- Racismo.
- Picaresca.
- Corrupción política.
- Corrupción económica.

#### **Temática de las noticias y estereotipos positivos sobre España:**

- España y la fiesta.
- Los españoles son optimistas.
- Los españoles son solidarios.

#### **Temática de las noticias y estereotipos negativos sobre Italia:**

- Noticias relativas al trato animal en Italia.
- Machismo.
- Racismo.
- Picaresca.
- Corrupción política.
- Los paparazzi.
- Irrespetuosos con las normas y leyes.
- Mafia.

#### **Temática de las noticias y estereotipos positivos sobre Italia:**

- Calidad de la cocina italiana.
- Los italianos son optimistas.
- Los italianos son creativos (arte y moda).
- Los italianos son pasionales.

Con respecto a la información sobre España relativas al trato animal, se han hallado diversas noticias, que además de evidenciar la preocupación de la sociedad inglesa sobre este tema, muestran una imagen mayormente negativa sobre los españoles al respecto. Así, son significativas las siguientes noticias:

- (1) Potty plan: Spanish town sets up dog toilet.*
- (2) Threat to euthanise pet dog of Spanish nurse with Ebola sparks online campaign.*
- (3) Flying high with Spain's neon-painted pigeons.*
- (4) Spain urged to swap bull run for ball run.*
- (5) Spain's endangered Iberian lynx brought back from brink of extinction.*
- (6) Spanish town hires its own pet (poo) detective.*
- (7) Animal rights groups condemn Spanish bullfighting bill.*
- (8) Runaway goats invade train station in Spain.*

En ellas se podría dar una imagen negativa que no se corresponde con la realidad. España no se caracteriza por ser un país en el que se tenga en gran consideración el respeto por los animales. Contrariamente, los ciudadanos del Reino Unido, según los estereotipos, están muy concienciados con el bienestar animal. Esto hace que el impacto de las noticias sobre España en el lector inglés se incremente.

Aquellas noticias que contienen el estereotipo sobre una sociedad machista son las siguientes:

- (1) Flying high with Spain's neon-painted pigeons.*
- (2) Female head of Spanish business group 'avoids hiring women aged 25-45'.*
- (3) Spanish politician claims he had to hold back in Europe debate with woman.*

Es relevante que no se ha hallado ninguna noticia cuyo contenido versara sobre el racismo. Sin embargo, es importante señalar la gran cantidad de noticias halladas sobre la corrupción política en España.



Acerca de la picaresca española se ha encontrado esta noticia: *Spanish theatre group turns porn seller to bypass tax hike on ticket sales.*

Con respecto a la información sobre Italia relativa a los animales, se han hallado algunas noticias que evidencian una imagen negativa. Ejemplo de ello serían:

- *Wild bear Daniza dies after attempt to capture her fails in Italy.*
- *Italian prosecutors investigate claims of restaurants serving dolphin.*
- *Chow down: Italian circus in trouble for disguising dogs as show pandas.*

Respecto al estereotipo sobre el machismo, aparece una noticia que excede los límites de esta consideración, al tratarse de la aprobación de nuevas leyes para combatir la violencia de género en Italia:

- *Italy passes new laws to tackle violence against women.*

No obstante, se ha hallado una noticia sobre política donde el nuevo gobierno parece querer desprenderse de la imagen de la mujer en la etapa política de Berlusconi:

- *Italian women rise to positions of power under new prime minister.*

Al contrario que en España, en Italia se han obtenido diversas noticias cuyo contenido ofrecía una imagen negativa al referirse al racismo en el país.

La picaresca italiana se ve reforzada en aquellas noticias donde los italianos aparecen incumpliendo las normas establecidas. Esto se refleja en noticias como:

- *Italian sunbathers compete for space with cars parked on Pergole beach.*
- *UK court annuls 180 Italian divorces registered to Maidenhead mailbox.*
- *Italian prosecutors investigate claims of restaurants serving dolphin.*
- *Chow down: Italian circus in trouble for disguising dogs as show pandas.*

Además, aparece en dos ocasiones el estereotipo que define a los italianos como “malos conductores”. Así, la noticia *Italian sunbathers compete for space with cars parked on Pergole beach* refuerza lo afirmado por Hofstede acerca de que los italianos hacen caso omiso de las normas, a pesar de que existe una gran cantidad de leyes.

La asociación de los estereotipos sobre la mafia en Italia se corresponde con la información concedida al respecto:

- *Italy arrests 51 in Ostia anti-mafia raids.*

- *Police break transatlantic network of US and Italian crime families.*
- *Former Italian MP flees Italy before court rules on his mafia conviction.*
- *Former Italian MP denies fleeing country to avoid arrest.*

### **3.5. Análisis de las noticias en función de las dimensiones culturales de Hofstede**

En este apartado se llevara a cabo, primeramente un análisis comparativo de las diemnsiones culturales que prevalecen en España frente a las que lo hacen en el Reino Unido. Posteriormente, se procederá a realizar el mismo proceso entre Italia y el país anglosajón.

El contraste de las dimensiones de Hofstede entre la sociedad donde se produce la noticia y la sociedad receptora permite ofrecer unos parámetros para medir el impacto de las noticias en la sociedad receptora y determinar si estas noticias desprenden unas connotaciones positivas o negativas sobre la imagen de España e Italia.

#### **3.5.1. Análisis comparativo de las dimensiones culturales entre España, Italia y el Reino Unido**

En la tabla que aparece a continuación se presentan los datos proporcionados por el estudio de Hofstede sobre la idiosincrasia del país en el que se reciben, seleccionan y transmiten las noticias (Reino Unido), frente a la idiosincrasia de los dos países sobre los que informan (España e Italia). Como podemos observar, existe una divergencia manifiesta entre ellos en varias de las dimensiones desarrolladas por Hofstede, especialmente en el individualismo/colectivismo, en la incertidumbre y en la indulgencia. Esto hace que las percepciones entre las tres culturas sean en ocasiones diferentes y que se generen actitudes diferentes, positivas o negativas, frente a unos acontecimientos presentados en este medio de comunicación.

Distancia de poder: España tiene un nivel más bajo (31), lo que se traduce en una gran distancia de poder, seguida de Italia (34) y finalmente se sitúa Gran Bretaña (42/44).

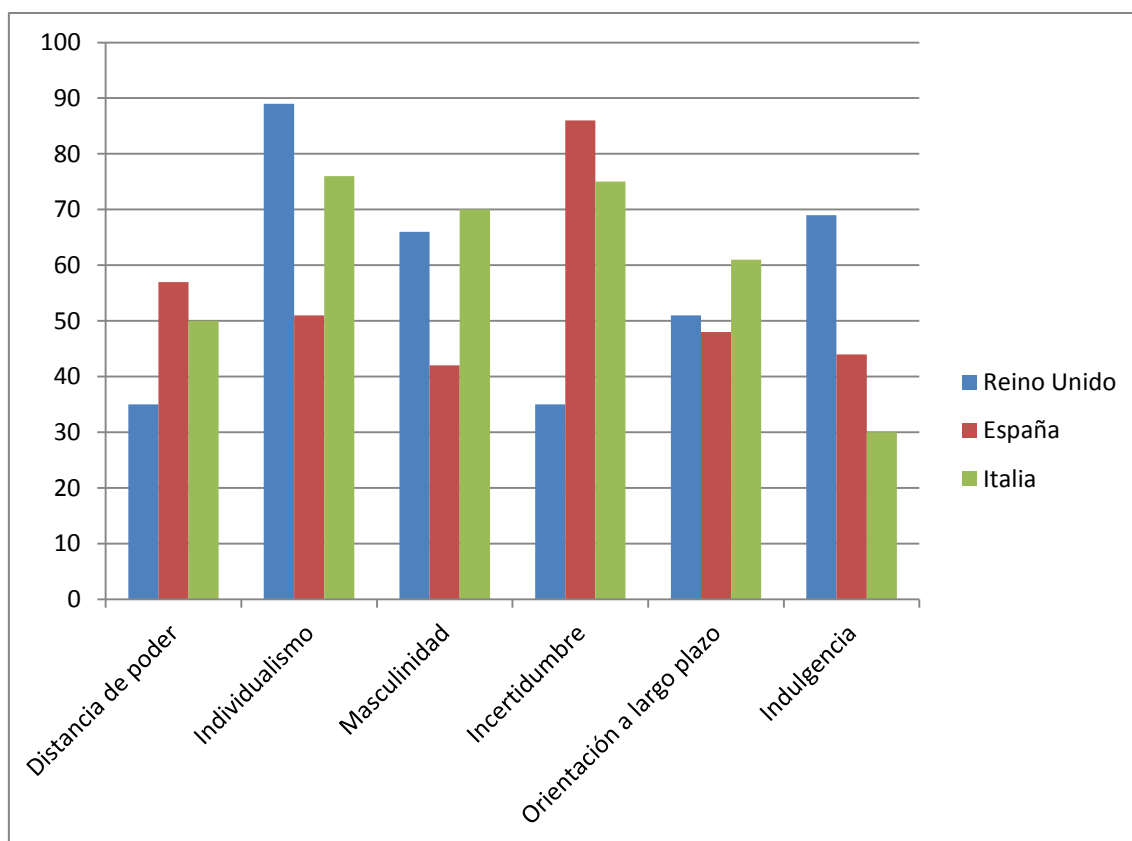


Gráfico nº 15. Dimensiones de Reino Unido, España e Italia según Hofstede

A la hora de llevar a cabo esta evaluación de las connotaciones, se ha tenido en cuenta las dimensiones socioculturales de Hofstede (2001) del país en el que acontece la noticia y el país receptor de ella, las cuales se muestran resumidas en la siguiente tabla:

Dimensiones	España	Reino Unido	Italia
Distancia de poder	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Jerárquica.</li> <li>- Aceptan la desigualdad y el orden establecido.</li> <li>- Los subordinados esperan que se les indique lo que tienen que hacer.</li> <li>- El jefe ideal es un autócrata benevolente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No jerárquica.</li> <li>- La diferencia entre clases debe ser minimizada.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No jerárquica.</li> <li>- Preferencia por la igualdad.</li> <li>- Descentralización del poder y toma de decisiones.</li> <li>- Rechazo del control y la supervisión (sobre todo entre los jóvenes).</li> <li>- Preferencia por el trabajo en equipo y gestión abierta.</li> </ul>

Individualismo Colectivismo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colectivista.</li> <li>- Se relacionan con facilidad con determinadas culturas, mientras que para otras son agresivos y demasiado directos.</li> <li>- Se valora el trabajo en equipo</li> <li>- No necesitan una fuerte motivación por parte de los directivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muy individualista.</li> <li>- Alto sentido de la privacidad.</li> <li>- Se cultiva el individualismo desde la infancia.</li> <li>- Buscan la felicidad a través de la realización personal.</li> <li>- Consumismo excesivo.</li> <li>- Fortalecimiento de la cultura del yo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individualista.</li> <li>- Fuerte concepto de la familia.</li> <li>- Preocupación por la realización personal para alcanzar objetivos individuales.</li> </ul>
Masculinidad/ Femineidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Femenina.</li> <li>- Baja competencia.</li> <li>- La palabra clave es consenso.</li> <li>- Los niños se educan en la igualdad.</li> <li>- Preocupación por los débiles y necesitados.</li> <li>- Nivel alto de empatía.</li> <li>- En lo laboral, la opinión del jefe es consensuada.</li> <li>- En política, se fomenta la participación de las minorías.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masculina.</li> <li>- Orientada hacia el éxito.</li> <li>- Se vive para el trabajo.</li> <li>- Ambición para maximizar el rendimiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Masculina.</li> <li>- Prioridad por los logros y el éxito.</li> <li>- Ostentación de bienes materiales como reflejo de estatus.</li> <li>- Competitividad en el mundo laboral.</li> </ul>
Control de la incertidumbre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Muy bajo control de la incertidumbre.</li> <li>- Aceptan bien las reglas.</li> <li>- Existe una gran preocupación por el cambio.</li> <li>- Las situaciones ambiguas e indefinidas son causa de estrés.</li> <li>- Se huye de la confrontación, que provoca una gran tensión.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Alto control de la incertidumbre.</li> <li>- Comodidad en situaciones ambiguas.</li> <li>- Pocas reglas que se cumplen de manera estricta.</li> <li>- En lo laboral, no precisan una planificación detallada.</li> <li>- Alto nivel de creatividad.</li> <li>- Fuerte necesidad de innovación.</li> <li>- Gran sentido del humor.</li> <li>- Consumismo excesivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bajo control de la incertidumbre.</li> <li>- Incomodidad ante las situaciones ambiguas.</li> <li>- Burocratización.</li> <li>- Sistema muy complejo de leyes y normativas (se incumplen con frecuencia).</li> <li>- En el plano laboral, precisan una planificación detallada.</li> </ul>
Orientación a largo plazo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normativa.</li> <li>- Se vive el momento.</li> <li>- No existe gran preocupación por el futuro.</li> <li>- Se buscan resultados a corto plazo.</li> <li>- Necesidad de estructuras claras y reglas definidas, frente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No se puede determinar de manera concluyente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No normativa. Pragmática.</li> <li>- Facilidad para adaptar sus tradiciones a la modernidad.</li> <li>- Espíritu de ahorro.</li> </ul>

	a enfoques más pragmáticos y a largo plazo.		
Indulgencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restrictiva.</li> <li>- Tendencia al cinismo y al pesimismo.</li> <li>- Se dedica poco tiempo al ocio</li> <li>- Poco indulgentes consigo mismos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Indulgente.</li> <li>- actitud positiva y tendencia hacia el optimismo.</li> <li>- Se dedica mucho tiempo al ocio.</li> <li>- Actúan guiados por sus deseos.</li> <li>- No dan gran importancia al gasto económico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restrictiva.</li> <li>- Tendencia al pesimismo y al cinismo.</li> <li>- Dedicar poco tiempo al ocio.</li> <li>- Pocos indulgentes consigo mismos.</li> </ul>

Tabla nº28. Dimensiones de Hofstede (2001) comparadas entre España, Reino Unido e Italia.

A pesar de que a lo largo de la historia es posible establecer algunos vínculos entre España y el Reino Unido, como pueden ser los producidos durante la Guerra de la Independencia contra los franceses y la guerra civil española, se puede afirmar que entre ambos países esta situación no ha sido la predominante en los siglos pasados.

A modo de inciso, se ha considerado de especial interés recoger los efectos de la guerra civil española sobre sociedad inglesa, ya que tuvo una amplia repercusión en ella, como demuestran diferentes estudios (Celada, 2006; Celada et al., 2009; Celada, et al., 2014). Celada, et al. (2014) ofrecen una selección de artículos y reflexiones publicados por periódicos británicos sobre la Guerra Civil española de gran interés para el estudio de nuestra historia.

Asimismo, entre la información sobre la Guerra Civil, destacamos los siguientes datos proporcionados por una página web, editada por un grupo de investigación integrado por doce investigadores de seis universidades, y publicada por la Universidad de Salamanca:

Suele decirse que, tras una dramática confrontación, la historia la escriben los vencedores pero en lo que concierne a los países de habla inglesa no fue el caso ya que la historia de la Guerra Civil española la escribieron, en parte, los vencidos a su vuelta. Abundan los relatos novelados, los testimonios documentales, las biografías, autobiografías, mitobiografías, reportajes, etc.

Esta misma fuente explica que los relatos que los voluntarios y brigadistas de habla inglesa escribieron cuando regresaron a sus países constituyeron una de las contribuciones que nos pueden ayudar a entender esa etapa de la historia española:

Tanto en Gran Bretaña como en EE.UU. como en Canadá o Irlanda la información que los ciudadanos de aquellos países tuvieron sobre la Guerra Civil española fue lo que contaron esos cronistas privilegiados. Entre ellos había corresponsales y poetas, reporteros y plumillas aficionados pero los que escribieron los relatos más bellos y apasionantes fueron los brigadistas. Todas las guerras civiles son muy emocionales pero muy pocas han despertado tanta lírica poética y tanta leyenda como la Guerra Civil española.

A través del análisis comparativo de las dimensiones culturales de estos dos países en el estudio de Hofstede es posible afirmar que no existen similitudes en el enfoque sociocultural. Así, mientras que España es un país jerárquico, colectivista, femenino, con un bajo control de la incertidumbre, normativo y restrictivo, el Reino Unido no es jerárquico, es altamente individualista, masculino, tiene un gran alto control de la incertidumbre y es indulgente. España se dibuja como una sociedad colectivista que da importancia al trabajo en equipo y al bien común. Esto se pone de relieve, por ejemplo en la noticia sobre el uso colectivo de espacios en el país: “Reclaiming the rooftops of Spain for cultural events”.

Podemos concluir que se asume que el posible impacto, sobre el lector de la cultura británica causado por las noticias acontecidas en España y sobre los españoles, va a ser mayor, al mostrarse tantas diferencias en su idiosincrasia.

El individualismo característico de la sociedad del Reino Unido queda patente en la elección de la noticia (*agenda setting*) sobre la figura del Cid, ya mencionada anteriormente. Con ello, se fortalece el sentido positivo de esta noticia. El Cid, al igual que el Quijote, son dos personajes que han calado positivamente en la sociedad inglesa. Es conocida la reivindicación de que el estilo del autor del Quijote como un modelo a imitar por su sátira moral del mundo nació en Inglaterra (Lucía Megías, 2016).

Con respecto a Italia, los británicos tienen algunas dimensiones en común con los italianos, ya que ambas sociedades tratan de descentralizar el poder y, por lo tanto, existe una preferencia por la igualdad. Asimismo, los dos países se erigen como individualistas; por último, son sociedades masculinas y le dan gran importancia al éxito.

Por último, es necesario observar que no siempre se ha hallado una relación muy estrecha entre los estereotipos vigentes sobre España e Italia y las dimensiones culturales establecidas sobre estos dos países en el estudio de Hofstede.

## **CAPÍTULO 4. CONCLUSIONES**





## Conclusiones

A lo largo de esta investigación se ha incidido en su naturaleza multidisciplinar. Por ello, en este apartado se ve preciso comenzar por establecer una discusión donde haya una interconexión de todos los elementos que han conformado este estudio.

En primer lugar, es necesario subrayar que esta tesis, a pesar de inscribirse en el ámbito periodístico, ha sido planteada para abarcar las dimensiones culturales y sociales integradas en él. Todo ello, sin olvidar la importancia de los recursos lingüísticos como manifestaciones de este proceso en el lenguaje.

Surge, además, la importancia de enlazar lo anterior con la interpretación de los hechos históricos y económicos acontecidos. Con ello, hemos abordado uno de los elementos fundamentales en el análisis del discurso: el estudio del contexto. En este caso, se han planteado los efectos de los cambios socioculturales propulsados por la crisis económica que hayan podido influir en una modificación, el refuerzo o la desaparición de los estereotipos imperantes sobre los países analizados.

Con la sacudida de las crisis preponderantes del mundo actual se ha producido una serie de circunstancias que han generado la competitividad y que pueden llegar a desencadenar el surgimiento de manifestaciones racistas. Desde el plano político y social es necesario destacar cómo el deseo independentista ha llevado al Reino Unido a la salida de la Unión Europea con el *Brexit*.

En cuanto al lenguaje de los medios de comunicación, el punto de partida se ha situado en el empleo del acrónimo despectivo *PIGS* usado por la prensa anglosajona en referencia a Portugal, Italia, Grecia y España dentro del ámbito económico, y que tuvo una gran trascendencia en el panorama internacional.

Los países involucrados en este estudio, España, Italia y Reino Unido, mantienen unas vinculaciones de tipo histórico, cultural, literario y económico que han perdurado a lo largo de los siglos.

Los estudios realizados por el Real Instituto Elcano sobre la imagen de España han mostrado que en los últimos meses del 2013 se pudo observar que la asociación de España con el calificativo *PIGS* era cada vez más distante. En cuanto a la imagen de

Italia, su vinculación con la política es lo que caracteriza principalmente su aparición en los medios.

La reflexión teórica de esta tesis se ha visto comprometida a recoger las diferentes perspectivas que vinculan lo sociológico, lo cultural y lo lingüístico. Desde el punto de vista de la Sociología y en una escala global del concepto, la cultura se constituye como una serie de comportamientos aprendidos, creencias y actitudes que son representativos de una sociedad en particular. El binomio de cultura y lenguaje, ampliamente estudiado por la antropología lingüística, acota a este último como una condición que determina la organización perceptiva y cognitiva de nuestra mente, y, en consecuencia, la concepción y ordenación general del mundo de una sociedad. Por consiguiente, se justifica que su peso haya sido notable en este estudio.

Sin embargo, en este apartado social, el elemento conceptual más paradigmático que afecta e incide en la simplificación de la cultura y los rasgos de una sociedad en los individuos es el estereotipo. Este produce una realidad propia a veces verdadera, otras falsa y en ocasiones distorsionada. Por otra parte, también se debe subrayar que los estereotipos negativos se retienen más fácilmente y con mayor intensidad en la audiencia que los positivos. De ahí su importancia en la configuración de la imagen de un país, dado que la manifestación o divulgación de una idea preconcebida negativa puede llegar a afectar a las relaciones interculturales y sociales con el país sobre el que se proyecta. Por tanto, este mecanismo social se encuentra estrechamente ligado a la identidad cultural de un país y como consecuencia, con el tiempo los estereotipos pueden consolidarse e incluso llegar a afectar a la idiosincrasia de una comunidad.

A raíz de la importancia de categorizar la realidad mediante los estereotipos, se ha evidenciado la necesidad de investigar las circunstancias según las cuales estos se consolidan o desaparecen en una sociedad, y en concreto, de analizar el uso que los medios de comunicación pueden hacer a través de la cobertura temática y el lenguaje que empleen.

Con el objetivo de establecer unos parámetros con los que medir y comparar la realidad de las sociedades objeto de estudio (la española y la italiana) y la receptora (la inglesa) con los estereotipos hallados en el corpus textual, para esta investigación se ha propuesto como referente las dimensiones sociales y culturales del antropólogo Hofstede (2001). Se han hallado ciertos paralelismos entre las mencionadas

dimensiones y la imagen y los estereotipos de las sociedades que se reflejan en las noticias.

Para Hofstede, la sociedad española acepta el orden establecido. En esta investigación se ha comprobado cómo determinadas noticias han corroborado esta característica. Así, por ejemplo, se han hallado noticias sobre manifestaciones de sectores minoritarios de la sociedad, donde sus protestas no llegan a obtener el resultado deseado. El hecho de que España tenga una sociedad jerárquica también se pone de manifiesto en las noticias halladas sobre la desigualdad social y el poder político y monárquico.

Tanto en el estudio de las dimensiones socioculturales de Hofstede como en la cobertura dada en el diario inglés, se ha observado una coincidencia respecto a la consideración de que el país italiano posee gran cantidad de normas, pero estas no se cumplen estrictamente. Este incumplimiento se ha encontrado en la información sobre Italia en diversos ámbitos, desde las reglas de tráfico hasta en las normas de seguridad alimentarias. La intromisión de los medios de comunicación en la vida privada ha sido otro tema seleccionado por *Theguardian.com* en este periodo. Para el estudio de Hofstede, la sociedad del Reino Unido es muy respetuosa con la privacidad de sus ciudadanos. Por tanto, puede resultar llamativo esta diferencia entre la sociedad inglesa con la sociedad italiana y, de ahí, la justificación de su cobertura en este medio.

Por otro lado, partiendo de la premisa de que los determinantes de la configuración de la reputación o la imagen de un país son las instituciones, los ciudadanos y los medios de comunicación, entre otros, hemos aludido a las contribuciones de los directores de los institutos culturales extranjeros en Madrid para dar detalle de las percepciones de la sociedad española en el exterior. En el caso italiano, hemos recurrido, entre otras fuentes, a las imágenes sobre el país y a las respuestas de los entrevistados italianos en el documental “*Girlfriend in a coma*” (2012), escrito por el ex-director de *The Economist*, Bill Emmott. Este documental examina la crisis económica, política y moral de Italia, y sus testimonios de las figuras más representativas del país dejan patente la repercusión social de la crisis y la proximidad entre la realidad y los estereotipos vigentes en su país.

Con respecto al lenguaje, esta investigación ha ofrecido una visión conjunta de los estereotipos, las metáforas y otros recursos como herramientas sociolingüísticas para la

interpretación y, a veces, la simplificación del mundo. La mente del ser humano tiende a ejemplificar y a simplificar constantemente la realidad a través de mapas conceptuales, y tanto los estereotipos como las metáforas y las analogías nos ayudan a fijar y a consolidar de una manera más efectiva el conocimiento sobre la percepción del lo que nos rodea.

Con respecto a las conclusiones de carácter empírico, la intención de esta investigación ha sido mostrar la imagen de España e Italia que transmite *The Guardian* en su edición digital a sus lectores. Para ello se ha adoptado una metodología mixta, cualitativa y cuantitativa, dado que esta nos ofrece una perspectiva más amplia y exhaustiva de un tema de gran complejidad e interdisciplinariedad. Los resultados obtenidos en ambas fases del estudio han evidenciado una estrecha correlación.

En cuanto a la primera fase: *Titulares, temas y contenidos*, antes de proceder a las conclusiones de la temática es necesario enfatizar unos datos de carácter histórico que son especialmente relevantes para la cobertura de los dos países: la abdicación del rey Juan Carlos I en su heredero, Felipe VI en España y las elecciones generales en Italia, que supusieron un importante cambio para ambas naciones.

Los criterios de noticiabilidad dependen de múltiples factores, entre ellos destacamos las circunstancias espacio-temporales y por supuesto los gustos de la audiencia. De todos los hechos acontecidos, el medio de comunicación establece una agenda y posteriormente selecciona los que considera noticiables. Desde el punto de vista del lector, el énfasis puesto sobre ciertos problemas o aspectos de estos problemas produce una comprensión de la realidad determinada por los medios. Uno de los objetivos de este trabajo ha sido realizar una valoración de la selección temática.

En lo que se refiere al número de titulares de cada país es relevante que a ambos se haya dedicado una cantidad de noticias muy próxima, lo que refleja que el interés de la prensa británica y sus lectores hacia cada uno de ellos es similar. Tampoco se ha hallado una diferencia significativa en el número de palabras en el corpus ni de las ocurrencias de los lemas *Spain/Spanish* e *Italy/Italian*.

Con respecto a los temas de interés de *theguardian.com* sobre España en el año 2013 se ha hallado que el mayor número de titulares pertenecía a las secciones de sociedad y política, mientras que en el año 2014 son los relativos a sociedad y cultura. La imagen

de España se presentó en este segundo año como un país con más interés por los temas relativos al arte, los viajes y la propiedad intelectual.

Por otra parte, la disminución de los temas políticos no supone un detrimento de nuestra imagen al estar motivado, entre otras causas, por una reducción significativa en este segundo año del conflicto de España con Gibraltar, un tema que fue muy polémico y se trató de forma reiterada en el año 2013.

Esta misma tendencia hacia el incremento de titulares sobre cultura y al descenso de los temas políticos se observó en los titulares sobre Italia, si bien la cobertura de las noticias sobre política se explica en este caso por el hecho de que las elecciones generales italianas se produjeron en el 2013.

A pesar de todo lo anterior, se han encontrado algunas noticias cuya inclusión en la agenda no se justifica por su importancia o trascendencia. Este hecho se aprecia en noticias como: *Runaway goats invade train station in Spain*, en el caso de España y *Italian driver's parking attempt brings Naples street to a guffawing standstill*, sobre Italia. Ambas contienen información aparentemente insignificante, sin embargo, *The Guardian* consideró que eran de interés para sus lectores británicos y, sin duda, las dos noticias poseen connotaciones negativas para la imagen de ambos países.

En lo concerniente al contenido de los titulares, hemos podido apreciar un volumen mayor de información sobre hechos negativos que hechos positivos. Un primer análisis nos llevaría a concluir que los estereotipos negativos serían dominantes sobre los positivos en cuanto a temática. Sin embargo, hay que tener en consideración que en el proceso de valoración de las noticias, los medios de comunicación están condicionados por el hecho de que el público generalmente se ve impactado en mayor medida por lo negativo – catástrofes, asesinatos, mafia- que por lo positivo. Esto hace que los medios realicen una mayor cobertura de este tipo de noticias. Tal como decíamos en la primera parte de esta tesis dedicada a los aspectos teóricos, la selección de ciertos aspectos de la información por los medios de comunicación la condiciona el hecho de que entre la información positiva y negativa, los lectores habitualmente se quedan antes con lo negativo.

Dentro del marco interpretativo de la información, podemos llegar a la conclusión de que la imagen de España proporcionada por *Theguardian.com* durante estos años se ha

hallado determinada fundamentalmente por la crisis económica, política y social. En el plano económico, se hacen eco de los aspectos negativos que se relacionan con el poder y que sufrió la sociedad española, sumida en la pobreza y la desilusión. A ello se suman los recortes en la Educación y en la Sanidad. Finalmente, en cuanto a la Historia de España parece relevante la amplia cobertura dada a la figura de Franco, que aparece calificado en una ocasión de manera irrespetuosa al hacer referencia a él como “*evil creature*”.

En lo que se refiere a los aspectos positivos sobre nuestro país, han destacado los artículos que promocionan nuestro país como lugar de ocio y vacaciones, así como los que recogían el creciente interés hacia nuestra lengua. En cuanto a la monarquía, a pesar de mostrarse una imagen deteriorada del anterior reinado, esta imagen mejoró mediante la cobertura realizada sobre la abdicación del rey Juan Carlos I y la subida al trono de Felipe VI, lo que ponía de manifiesto el comienzo de una nueva etapa esperanzadora para España.

La elección de la cobertura informativa sobre estos asuntos y situaciones se corresponde con la preocupación pública real existente en España en esos dos años. No obstante, los resultados han puesto de manifiesto que existe una predilección del diario analizado por informar sobre los temas comunes que incumbían a los países en cuestión. Estos acontecimientos se corresponden tanto por semejanza como por conflicto entre los dos países. En concreto, existen tres asuntos cuya difusión ha sido mayor y por consiguiente, existía una pretensión por estimular su interés en sus lectores. Estos son: Gibraltar, la monarquía y el independentismo. El primero, por conflicto y los otros por similitud. Se ha percibido de esta cobertura informativa una preocupación mediática que se retroalimenta entre el medio y la audiencia.

Con respecto a elección temática de la información sobre Italia en *Theguardian.com*, se ha hallado que se caracteriza en estos dos años por mostrar una tendencia positiva en la promoción de los destinos turísticos y el arte de Italia. Sin embargo, las noticias sobre la gestión del patrimonio cultural denotan la falta de eficacia por parte del gobierno italiano. Asimismo, la información sobre la gastronomía refleja una relación contradictoria dado que por un lado hacen comentarios positivos hacia los chefs italianos, sin embargo, por otro lado, se refieren a la falta de calidad de la cocina italiana.

El análisis de las figuras del lenguaje ha ofrecido datos en consonancia con los resultados anteriores. Desde el punto de vista de la filosofía del lenguaje, se puede afirmar que dentro del marco de la teoría de la Cortesía se han hallado múltiples figuras retóricas a través de las cuales se evitaba una amenaza directa contra la imagen de España y de Italia. Como decíamos en el capítulo anterior, a lo largo de la lectura detallada de las noticias se señalaron las figuras del lenguaje de todos los titulares y a continuación se proporcionaron algunos ejemplos hallados en el cuerpo de las noticias de estilo familiar o argot, de usos de preguntas retóricas y del empleo de recursos estilísticos (metáfora, metonimia, aliteración o argot) que pudieran influir en la opinión de los lectores sobre la imagen de los países analizados.

Así, por ejemplo, a través del uso de las preguntas retóricas, como puede ser *So is Spain a corrupt country?*, hallada en el cuerpo de la noticia, además de suavizar el matiz negativo que implica el adjetivo “*corrupt*”, deja abierta la posibilidad y evita el enfrentamiento. En cambio, en el caso de haber utilizado una afirmación, las consecuencias del lenguaje podrían llegar a tener consecuencias legales. Dentro de este mismo marco podemos nombrar las metáforas y la ironía.

Asimismo, las metáforas y las metonimias se consideran elementos importantes en la formación o consolidación de los esquemas mentales y culturales de los lectores sobre la imagen de estos dos países.

Así, por ejemplo, el uso de una metonimia muy generalizada en los medios es la del TODO POR LA PARTE o de LA INSTITUCIÓN POR LA PERSONA. Se ha observado el uso frecuente de “*Spain*” por “el gobierno de España”, esto contribuye a que se ofrezca al lector una imagen que no es la real, dado que no es España, su sociedad, su cultura o su gente, sino sus gobernantes. Esta metonimia, sin embargo, es un recurso generalizado en todos los medios.

También, la aliteración contribuye a la fijación de estereotipos como es el caso que se repite en los titulares en dos ocasiones: “*Pain in Spain as bank warns of 10-year jobs blight and public debt leaps €8.1bn*” y “*Gibraltar squabble: centuries of pain for Spain*”.

Una segunda función de la retórica sería el empleo de recursos para embellecer o jugar con el lenguaje. De esta manera, el efecto en el lector es mayor que con un lenguaje



neutro y los estereotipos se consolidarían de una manera más efectiva. En esta primera fase también se han hallado ejemplos de prosodia semántica. Sin embargo, la frecuencia de esta no ha sido relevante.

Las conclusiones de la segunda fase de este estudio (análisis cuantitativo) son coherentes con los hallados en el análisis cualitativo. Los primeros datos sobre la frecuencia léxica son los referidos a los lemas “*Spain*”, “*Spanish*” y “*Spaniard*”, del corpus sobre España e “*Italy*” e “*Italian*”, del corpus sobre Italia. Se ha hallado un número superior de ocurrencias de los primeros, lo que se puede explicar por los mayores elementos coincidentes entre España y Reino Unido, tanto positivos como negativos (como por ejemplo, el conflicto con Gibraltar, la monarquía, o la cuestión de la independencia que se plantea tanto en Escocia como en Cataluña). Se puede concluir que la alta frecuencia de términos como *crisis* o *corruption* contribuye a constituir una imagen negativa de España.

Los estereotipos que vinculan a España y a Italia con las dictaduras de la primera mitad de siglo XX parecen estar más vigentes con respecto a España que al país italiano, ya que el nombre de *Franco* aparece en 40 ocurrencias y el de Mussolini en 24 ocasiones. También es significativa la frecuencia léxica en el corpus de España de los términos asociados a la Guerra Civil española (trece ocurrencias), mientras que en el corpus de Italia solo se hace referencia a la Segunda Guerra Mundial en siete ocasiones. La presencia de la Guerra Civil se explica por la idealización y mitificación de este hecho histórico por parte de la sociedad inglesa que quiso ver en este terrible acontecimiento un acto legendario.

El universo de palabras ha puesto de manifiesto un número elevado del término *health*, ya que se vincula a España en 106 ocasiones. Una explicación de esta alta frecuencia podría ser la repercusión mundial del virus del Ébola. El término *border*, con una frecuencia de 129 casos, se vincula probablemente al tema de Gibraltar y finalmente, *European*, se ha hallado en 103 ocasiones, lo que refleja la integración plena de España como parte constituyente de Europa.

Los resultados gramaticales respecto a *Spanish* ponen de manifiesto el interés por la política española, lo que se refleja en la frecuencia de adjetivos asociados a *Spain* y de sustantivos como *government*, *minister*, *authority* y *politician*, modificados por *Spanish*.

En las noticias sobre Italia, la xenofobia está presente en las secciones de Cultura, Sociedad y Política. El hecho de que se informe de este sentimiento negativo del país italiano hacia la inmigración refuerza la imagen de una sociedad racista. Este dato se corrobora con la frecuencia léxica de las palabras *racist/racism*, que se repiten en 27 ocasiones en las noticias.

La lista de concordancias es la función que mayor información nos ha proporcionado en lo que respecta a la aparición de estereotipos tanto negativos como positivos, si bien se ha observado un mayor número de los primeros. Así, por ejemplo se han hallado concordancias con los campos semánticos del desempleo, la pobreza, la huelga y la desigualdad. Estos resultados conllevan que se potencien los estereotipos acerca de la vinculación hacia los *PIGS*, y por tanto, de España e Italia como países pobres.

Las concordancias con los lemas *Italy* e *Italian* han reforzado igualmente los estereotipos negativos sobre este país en cuestiones como la política y la economía. Por otro lado, la frecuencia de las palabras del universo también evidencia la importancia dada a la política. Así, se ha hallado que *Government*, *Letta*, *Renzi*, *Parliament* y *Grillo* son los términos más relevantes por su número de alusiones.

Como conclusión, y basándonos en la revisión bibliográfica y en los datos obtenidos en el estudio cualitativo y cuantitativo, se ha constatado que el análisis crítico del discurso se constituye como una herramienta metodológica válida para una aproximación al estudio de los estereotipos culturales y sociales en los medios de comunicación.

Este análisis ha puesto de manifiesto la forma en que los estereotipos, las metáforas cognitivas y otras figuras del lenguaje intervienen en el proceso de formación de la imagen cultural de un país. La evidencia generalizada indica que estos fenómenos se constituyen a través del lenguaje periodístico como los mecanismos formales que ha empleado el diario digital de *Theguardian.com* para la representación de la imagen de España e Italia en sus lectores. Dichos elementos mantienen una conexión estrecha con la percepción y la cognición, con lo que el núcleo de este estudio vislumbra que el uso de estos recursos puede llegar a influir, determinar o condicionar la formación de la imagen o identidad de un país en su audiencia por medio del sentido connotativo y simbólico.

En este trabajo, que ha partido de la premisa de que los medios de comunicación son generadores de opinión pública y que su influencia repercute decisivamente en la audiencia, se ha demostrado la complejidad de los significados asociados a la imagen exterior de España e Italia mediante la selección de noticias de *theguardian.com*. Este estudio multidisciplinar ha contribuido a desvelar elementos nuevos que determinan la interacción social con el medio digital británico.

## **Referencias Bibliográficas**

## Referencias Bibliográficas

- Acosta Montoro, J. (1973). *Periodismo y Literatura*. Madrid. España: Guadarrama.
- Allan, K. (2001). *Natural Language Semantics*. Oxford: Backwell Publishers.
- Allen, K. (2010). Acronym acrimony: The problem with Pigs. *The Guardian*. (12 de Febrero de 2010). Recuperado de <https://www.theguardian.com/business/2010/feb/12/pigs-piigs-debted-eu-countries>
- Amossy, R. y Herschberg, A. (2005). *Estereotipos y clichés*. Buenos Aires. Argentina: Endeba.
- Anholt, S. (2007). Competitive Identity: A new model for the brand management of nations, cities and regions. *Policy & Practice – A, volumen* (4), pp. 3-13.
- Aparici, R. y Barbas Coslado, A. (2010). Estereotipos, ideología y representación. En Aparici, R. (Ed.), *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. (pp. 35-65). Madrid. España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Arcuri, L (2003). I processi di comunicazione. En Mantovani, G. (Ed.), *Manuale di psicologia sociale*. (pp. 174-198). Firenze. Italia: Giunti.
- Arduini, S. (1989). Lenguaje, tipología y cultura: Edward Sapir. *ELUA. Estudios de Lingüística, volumen* (5), pp. 275-290.
- Bai, S., y McCombs, M. (2007). Second Level Agenda-Setting and Affective Intelligence: Fluctuations of Public Perceptions of Foreign Nations. *Annual meeting of the International Communication Association*. Recuperado de [http://citation.allacademic.com/meta/p\\_mla\\_apa\\_research\\_citation/1/7/1/4/6/p171465\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/1/7/1/4/6/p171465_index.html).
- Becker, S. O., y Fetzer, D. T.(2016). Demography, Education, and Economic Structure: The Fundamental Factors behind the Brexit Vote. *The London School of*

*Economics and Political Science*. Recuperado de <http://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/the-fundamental-factors-behind-the-brexit-vote/>.

Bell, A. (1996). *The Language of News Media*. Cambridge, Massachussets. EEUU: Blackwell.

Berger, P. L. (1966). Identity as a Problem in the Sociology of Knowledge. *European Journal of Sociology*, volumen (7), 105-115.

Billig, M. (1991). *Ideology and Opinions: Studies in Rhetorical Psychology*. Londres: SAGE Publications.

Blom, J. P., y Gumperz, J.J. (1972). Social Meaning and Structure: Code-switching in Norway. En J. Gumperz and D. Hymes (eds.), *Directions in Sociolinguistics*. New York: Holt, Reinhart, Winston.

Bourdieu, P. (1977). Sur le pouvoir symbolique. En *Annales* (mayo-junio), pp. 405-411.

Bravo Boch, M. C. (1998). Catálogo de necesidades que los europeos se aplican mutuamente, o cómo llegar al siglo XXI sin repetir los tópicos de los otros XX. *Actas del VII Congeso de ASELE*, Recuperado de [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/asele/pdf/07/07\\_0141.pdf](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/07/07_0141.pdf).

Brown, P., y Levinson, C. (1987) *Politeness. Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.

Brown, G., y Yule, G. (1983). *Discourse Analysis*. Cambridge. Reino Unido: Cambridge University Press.

Bueno, G. (1997). *El mito de la cultura: ensayo de una filosofía materialista de la cultura*. Barcelona. España: Prensa Ibérica.

Caldevilla Domínguez, D. (2013). El papel de la prensa escrita como agente socializador. *adComunicación. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº. 6.

Cano Jiménez, G. (2009). Una aproximación a la imagen cultural de España a través de sus tópicos históricos y literarios más significativos. *Historia y Comunicación Social*, volumen (14), pp.57-70.

Casero, A. (2003). Discurso periodístico y conflicto político: la construcción de lo excepcional en los 'mass media'. *Trípodos*, pp.277-286.

Castells, M. (2001). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad, volumen ( II)*. Madrid. España: Alianza Editorial.

Celada, A., González de la Aleja, M., y Pastor, D. (2006). *Los brigadistas de habla inglesa y la guerra civil española*. Salamanca. España: Ambos mundos.

Celada, A.R., González de la Aleja, M., Pastor García, D. (2009). *Los internacionales: english speaking volunteers in the Spanish Civil War*. Hospitalet de Llobregat. España: Warren & Pell.

Celada, A., González de la Aleja, M., y Pastor, D. (2014). *La prensa británica y la Guerra Civil española*. Salamanca. España: Amarú Ediciones.

Chamizo Domínguez, P. J. (2002). *Ortega y la cultura española*. Madrid. España: Ediciones Pedagógicas.

Cohen, B. (1963). *The Press and the Foreign Policy*. Princeton. EEUU: Princeton University Press.

Cole, P., Morgan, J. L. (eds.) (1975), Syntax and Semantics. *Speech Acts*. Vol. 3: New York: Academic Press.

Colleen, C. (2010). *News talk. Investigating the Language of Journalism*. Cambridge. Reino Unido: Cambridge University Press.

Convoy, M. (2010). *The language of newspapers. Socio-Historical Perspectives*. London; New York: Continuum.

Crystal, D. (2002). *El lenguaje e Internet*. Madrid. España: Cambridge University Press.

- Cuenca, M, y Hilferty, J. (1999). *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona. España: Ariel.
- D'Arma, A. (2015). *Media and Politics in Contemporary Italia: from Berlusconi to Grillo*. Londres. Reino Unido: Lexington Books.
- Del Olmo, M. (2005). Prejuicios y estereotipos: un replanteamiento de su uso y utilidad como mecanismo social. *Revista de Educación, volumen (7)*, pp.13-23.
- Delgado Gómez-Escalonilla, L. (2012). La acción cultural exterior de España: trayectoria reciente y retos pendientes. En En Marco Martínez, E., y Otero Roth, J (Ed.), *El discreto encanto de la cultura. Nuevas estrategias para la proyección exterior de la cultura, un enfoque práctico*. Barcelona. España: Ariel.
- Dennison, J., y Carl, N. (2016). Xenophobia, Austerity, and Dissatisfaction with Politics May Have Contributed to the Brexit Vote. *The London School of Economics and Political Science*. Recuperado de <http://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/explaining-brexit/>.
- Dooley, N. (2016). Brexit, the PIIGS, and the eurozone crisis. *Speri. Sheffield Political Economy Research Institute*. Recuperado de <http://speri.dept.shef.ac.uk/2016/06/21/brexit-the-piigs-and-the-eurozone-crisis/>
- Duque, M. M., y Martínez, J. M. (1998). *Analizador de Estilo de Textos Científico-Técnicos en Inglés. Aplicación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en las Enseñanzas de la ETSIT*. UPM. Madrid. España.
- Duque García, M. M. (2000). *Manual de estilo. El arte de escribir en inglés científico-técnico*. Madrid. España: Paraninfo.
- El País* – Editorial (11 de octubre de 2016). *Xenofobia británica*. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/elpais/2016/10/10/opinion/1476122246\\_566473.html](https://elpais.com/elpais/2016/10/10/opinion/1476122246_566473.html).
- Ember, C. R. y Ember, M. (2009). *Cross Cultural Research Methods*. Lanham (MD). EEUU: Altamira Press.
- Escalona Velázquez, A. (2011). La identidad: camino hacia la individualidad



cultural. *ASRI – Arte y Sociedad. Revista de Investigación*, Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3792078>

Evans, V. y Green, M. (2006). *Cognitive Linguistics*. Edinburgh. Reino Unido: Edinburgh University Press.

Fairclough N. L. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge. Reino Unido: Cambridge University Press.

Fairclough N. L. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London; New York: Longman.

Fairclough N. L. (2003). El análisis crítico del discurso como método para a investigación en ciencias sociales. En Wodak, R., y Meyer, M. (Ed.), *Métodos de análisis crítico del discurso*. (pp. 179-205). Barcelona. España: Gedisa.

Fairclough, N. L., & Wodak, R. (1997). Critical discourse analysis. In T. A. van Dijk (Ed.), *Discourse Studies. A multidisciplinary introduction*. Discourse as socialinteraction, volumen (2). pp. 258-284). London: SAGE.

Fernández Arias, P. (2015). Acotaciones y sus variaciones en titulares de prensa económica inglesa: un análisis cognitivo. (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Fernández Fernández, F.y Campos Freire, F. (2013). La crisis de los países periféricos europeos . Descapitalización en bolsa de los grupos mediáticos del sur. *Telos 95. Cuadernos de Comunicación e Innovación*. Fundación Telefónica. (Junio-septiembre ,2013), pp. 23-35.

Fernández Manjón, D. (2009). *La identidad europea: la aportación española*. Madrid. España: Visión Libros.

Fillmore, C.J. (2006). Frame Semantics. En D. Geeraerts (ed), *Cognitive Linguistics: Basic Readings* (pp. 373-401). Berlín. Alemania: Mouton de Gruyter.

Fischer, R. (2008). Recognising the Significance of Culture in Government and EU External Relations. *ERICarts Report*. Recuperado de

[http://ec.europa.eu/cultura/key-documents/doc/ericarts/final%20report\\_ERICarts.pdf](http://ec.europa.eu/cultura/key-documents/doc/ericarts/final%20report_ERICarts.pdf).

Floyd Moore, A. (2005). The Online Press: Revolution or More the Same? En Curado Fuentes et al. (Eds), *Languages for Academic and Professional Purposes in the 21<sup>st</sup> Century University Framework*. Cáceres. España: Universidad de Extremadura, Servicio de Publicaciones.

Fowler, R. (2003). *Language in the News: Discourse and Ideology in the British press*. Londres. Reino Unido: Routledge.

García de León, M.E. (2000). Literatura periodística o periodismo literario. En Sevilla Arroyo, F. y Alvar Ezquerro, C. (coord.): Actas del XIII Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas. Madrid, *volumen* (4), pp.335-343

Garín, F. (2012). Creatividad y proyección exterior: el punto de vista de los artistas. En Marco Martínez, E., y Otero Roth, J. (Ed.), *El discreto encanto de la cultura. Nuevas estrategias para la proyección exterior de la cultura, un enfoque práctico*. Barcelona. España: Ariel.

Geer, J. (2004). *Public Opinion and Polling around the World*. Santa Barbara (CA). EEUU: ABC-CLIO.

Genís Pedra, M. (2009). Comentarios al artículo Lingüística Aplicada, inclusión social y aprendizaje de español en contexto latinoamericano de Marcia Paraquett. *Revista Nebrija de Lingüística Aplicada* (2009) 6.

Giles, H., y Coupland, N. (1991). *Language: Context and Consequences*. Milton Keynes. Reino Unido: Open Univ. Press.

Glynn, C.J., y Ostman, R.E., y McDonald, D.G. (1995). Opinions, Perceptions and Social Reality. En T. Glasser y C.T. Salmon (Eds), *Public opinion and the communication of consent*. New York: Guilford. pp. 249-280.

González Alcantud, J. A. (2006). *La fábrica de los estereotipos: Francia, nosotros y la europeidad*. Madrid. España: Abada.

González Enríquez, C., y Martínez Romera, J. P. (2014). *Sistema de indicadores*

*e la Distancia entre Imagen y Realidad (SIDIR)*. Madrid. España: Real Instituto Elcano.

González Rodríguez, M.J. (2008). Producción e interpretación de los titulares en prensa: Visión pragmática. Babel afial. *Aspectos de filología inglesa y alemana*, nº 17, 153-178. Recuperado de <http://babelafial.webs.uvigo.es/pdf/17/art09.pdf>

Green, S. (2012). Nuevas direcciones. En Marco Martínez, E., y Otero Roth, J. (Ed.), *El discreto encanto de la cultura. Nuevas estrategias para la proyección exterior de la cultura, un enfoque práctico*. Barcelona. España: Ariel. pp.301-319.

Grice, H.P. (1975). "Logic and Conversation", in Cole, P.; Morgan J. L. (eds.), *Syntax and Semantics, vol. 3: Speech Acts*, New York: New York Academic Press.

Grijelmo, A. (22 de agosto de 2017). El arte de la manipulación. *El País*. Recuperado de [https://elpais.com/elpais/2017/08/22/opinion/1503395946\\_889112.html](https://elpais.com/elpais/2017/08/22/opinion/1503395946_889112.html)

Gumperz, J. J. (1982). *Language and Social Identity*. Cambridge. Reino Unido: Cambridge University Press.

Hall, S. (1996). Introduction. Who needs 'Identity'? En Hall, S. y Dy Gay, P.(eds.), *Questions of Cultural Identity*. London: SAGE Publications.

Hamelink, C. (1989). The Relationship between Cultural Identity and Modes of Communication. En Anderson, J. (Ed.), *Communication Yearbook*. Thousand Oaks (CA). EEUU: SAGE.

Hartley, J. (1996). *Popular reality: journalism, modernity, popular culture*. London: Arnold.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C, y Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. Madrid. España: McGraw-Hill.

Herranz Díaz, P. (2014). *Diseño, desarrollo y evaluación de un corpus de entrevistas para la enseñanza de inglés profesional y académico*. (Tesis doctoral) Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Hodge, R, y Kress, G. (1993). *Language as Ideology*. Londres. Reino Unido:

Routledge.

Hofstede, G. (2001). *Cultures Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations*. Thousand Oaks (CA). EEUU: SAGE.

Hofstede, G. Dimensiones culturales. Recuperado de <https://geert-hofstede.com/cultural-dimensions.html>.

Hurtado González, S. (2003). *El uso del lenguaje en la prensa escrita*. Valladolid. España: Universidad de Valladolid.

Israel Garzón, E. (2000). Bases para el periodismo intercultural. *Revista latina de Comunicación Social*, volumen (34). Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/43estrella.htm>.

Jäger, S. (2001). *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*. Münster: UNRAST Verlag.

Jäger, S. (2003) Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos. En Wodak, R., y Meyer, M. (2003). *Métodos de análisis del discurso*. (pp. 61-99). Barcelona. España: Gedisa.

Jandt, F. E. (2010). *An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community*. . Thousand Oaks (CA). EEUU: SAGE.

Jáuregui, J. A. (2000). *Europa, tema y variaciones: la identidad y variedad cultural europea*. Madrid. España: Maeva Ediciones.

Kraser, M.B. (2016). El abordaje de la problemática social de la xenofobia en Europa. Análisis crítico del discurso en recursos audiovisuales. *Geograficando*, 12 (2), e010. Recuperado de <http://www.geograficando.fahce.unlp.edu.ar/article/view/Geoe010>

Kress, G (1989). *Linguistic Process in Sociocultural Practice*. Oxford. Reino Unido: Oxford University Press.

Kristeva, J. (1980). *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. New York: Columbia University Press.

Kristiansen, G. (2003). *Referencia exofórica y estereotipos lingüísticos: Una aproximación sociocognitiva a la variación alofónica libre en el lenguaje natural* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Labarca, C. (2008). La confianza y la reputación como variables del desarrollo económico y la imagen de un país. *Cuadernos de Información*, volumen (23), pp. 2-81.

Lakoff, G. (1987). *Women, Fire and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind*. Chicago. EEUU: University of Chicago Press.

Lakoff, G. (1993). The Contemporary Theory of Metaphor. En Ortony, A. (Ed.), *Metaphor and Thought*. Cambridge. Reino Unido: Cambridge University Press. pp. 202-251.

Lakoff, G., y Johnson, M. (1980). *Metaphors we Live By*. Chicago. EEUU: University of Chicago Press.

Lázaro Carreter, F. (1997). El lenguaje periodístico, entre el literario, el administrativo y el vulgar. En Lázaro Carreter et al., *Lenguaje en periodismo escrito*, Fundación Juan March, pp. 9–32.

Lazarsfeld, P., y Merton, R. (1948). Mass Communication. Popular Taste and Organized Social Action. En Bryson, I. (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York. EEUU: Harper.

Lévi-Strauss, C. (1984). *La mirada distante*. Barcelona. España: Argos Vergara.

Lipovetsky, G., y Serroy, J. (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona. España: Anagrama.

Lippmann, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid. España: C. de Langre.

Liu, B. (2010). Sentiment Analysis and Subjectivity. *Handbook of Natural Language Processing*, Second Edition, N. Indurkha and F. J. Damerau) Recuperado de <https://www.cs.uic.edu/~liub/FBS/NLP-handbook-sentiment-analysis.pdf>

López Gómez, A. M. (2007). *Políticas de comunicación e identidad cultural*:

*estrategias gubernamentales sobre la comunicación social*. Santiago de Compostela. España: Universidad de Santiago de Compostela.

López Suárez, M. (2007). *Literatura y medios de comunicación*. Madrid. España: Ediciones del Laberinto.

López Suárez, M. (2012). Literatura: Relatos y tecnología. *Icono 14*, 2012, volumen (10), nº 2, pp. 1-5.

López Suárez, M. (2013). Weneslao Aguas de Izco: Notas sobre prensa periódica, edición, literatura y publicidad. En *Studi Ispanici*, volumen (38), pp.153-184.

Lucas Marín, A., y García Galera, C., et al. (2009). *La nueva comunicación*. Madrid. España: Editorial Trotta.

Lucas Marín, A., García Galera, C., y Ruiz San Román, J.A. (1999). *Sociología de la comunicación*. Madrid. España: Editorial Trotta.

Lucena Giraldo, M (2006). Los estereotipos sobre la imagen de España. *Norba. Revista de Historia*, volumen (19), pp. 219-229.

Malgesini, G., y Giménez, C., (2000). *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*. Madrid. España: Los Libros de la Catarata.

Mammone, A., Parini, E. G., y Veltri, G. A. (2015). *The Routledge Handbook of Contemporary Italy: History, Politics, Society*. Londres. Reino Unido: Routledge.

Marco Martínez, E., Otero Roth, J (2012). *El discreto encanto de la cultura. Nuevas estrategias para la proyección exterior de la cultura, un enfoque práctico*. Barcelona. España: Ariel.

Marí Mayans I., y Tubella Casadevall, I. (2005). Cultura, identidad y globalidad: la cultura y las culturas en la sociedad del conocimiento. En Tubella i Casadevall, I., y Vilaseca i Requena, J. (Ed.), *Sociedad del conocimiento. Cómo cambia el mundo ante nuestros ojos*. Barcelona. España: Eureka Editorial.

Martínez Albertos, J.S. (2001). El mensaje periodístico en la prensa digital.

*Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 7, pp. 19-32.

McCombs, M. (1992). Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research, *Journalism Quarterly*, nº69, pp.813-824.

McCombs, M. (1994). The Future Agenda for Agenda-Setting Research. *Journal of Mass Communication Studies*, nº45, pp. 171-181.

McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En Bryant, J y Zillmann, D. (1996). *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós, pp. 13-34.

McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona. España: Ediciones Paidós Ibérica.

McMahon, B., y Quin, R. (1997). *Historias y estereotipos*. Madrid. España: Ediciones de la Torre.

Megías, Lucía, J. M. (12 de Marzo del 2016). *Cervantes, la invención inglesa del mito fundador de la novela moderna*. ABC. Recuperado de [http://www.abc.es/cultura/libros/abci-cervantes-invencion-inglesa-mito-fundador-novela-moderna-201603121852\\_noticia.html](http://www.abc.es/cultura/libros/abci-cervantes-invencion-inglesa-mito-fundador-novela-moderna-201603121852_noticia.html)

Meso Ayerdi, K., Mendiguren Galdaspin, I. y Rivero Santamarina, D. (2015). The Use of Storify and English Online Newspapers. Adding or Removing Value to the News. *Icono 14*, volumen (19), nº 2, pp.164-190.

Meyer, M. (2003). Entre la teoría, el método y la política: la ubicación de los enfoques relacionados con el ACD. En Wodak, R., y Meyer, M. (Ed.), *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona. España: Gedisa. pp. 35-61.

Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación. Gobierno de España. *Proyección cultural*. Recuperado de <http://www.exteriores.gob.es/Portal/es/PoliticaExteriorCooperacion/DiplomaciasigloXXI/Paginas/ProyeccionCultural.aspx>

Mio, J.S. (1997). Metaphor and Politics. *Metaphors and Symbol* 12, 2, pp. 113-

Moreno Lara, M. A. (2005). La metáfora conceptual y el lenguaje periodístico: configuración, interacciones y niveles de descripción. Universidad de la Rioja. (Tesis doctoral).

Morgenfeld, L. (2016). Estados Unidos: Trump y la reacción xenófoba contra la inmigración hispana. *Revista de Programa de investigaciones sobre conflicto social. Instituto de investigaciones Gino Germani*, volumen (9), nº 6, pp. 15-33.

Muntigl, P., Weiss, G. y Wodak, R. (2000). *European Union Discourse on Un/employment an Interdisciplinary Approach to Employment Policy-Making and organizational change*. Ámsterdam: John Benjamins.

Muñiz, C. (2007). *Encuadres noticiosos e inmigración: del análisis de los contenidos al estudio de los efectos mediáticos* (Tesis doctoral). Salamanca. Universidad de Salamanca.

Nabi, R. L., y Oliver, M. B. (2009). *Media processes and effects*. Thousand Oaks (CA). EEUU: SAGE.

Nelson, T. D. (Ed.) (2002). *Ageism: Stereotypes and prejudice against older persons*. Londres: MIT Press.

Noguera Vivo, J.M. (2005). *Informar emociones: el lenguaje periodístico en la cobertura de catástrofes*. LibrosEnRed.

Noya, J. (2002). *La imagen de España en el exterior*. Madrid. España: Real Instituto Elcano.

Noya, J. (2014). *Imagen exterior y autoimagen de los españoles: un caso de ignorancia pluralista*. Madrid. España: Real Instituto Elcano.

Observatorio Imagen de España (OIE). (2014). Análisis de la imagen de España en la prensa internacional en la prensa internacional en 2014. *Real Instituto Elcano*.

Recuperado de

[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_es/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_)



CONTEXT=/elcano/elcano\_es/zonas\_es/oie-analisis-de-la-imagen-de-espana-en-la-prensa-internacional-en-2014

Paniagua, J. (2012). Estudio de caso: la proyección exterior de Madrid. En Marco Martínez, E., y Otero Roth, J. (Ed.), *El discreto encanto de la cultura. Nuevas estrategias para la proyección exterior de la cultura, un enfoque práctico*. Barcelona. España: Ariel.

Parodi, G. (2010). *Lingüística de corpus: de la teoría a la empiria*. Madrid: Iberoamericana.

Pedralba Fortuny, R. (2014). Algunas reflexiones sobre la Marca España. En Alonso Pérez, M., Furió Blasco, E., y Sánchez Albarracín, E. (Ed.), *Imágenes de España: País, empresa y cultura*. Oviedo. España: Septem Ediciones S. L.

Pérez Salazar, C., y Olza Moreno, I. (2014). *Del discurso de los medios de comunicación a la lingüística del discurso: estudios en honor de la profesora María Victoria Romero*. Berlín. Alemania: Frank & Timme.

Ramírez Smith, D. (2014). La recuperación de la imagen de España en la prensa. *Real Instituto Elcano*. Recuperado de <http://www.realinstitutoelcano.org>.

Real Academia Española (2017). Recuperado de [www.rae.es](http://www.rae.es).

Real Instituto Elcano (2013). *Tercera Oleada del Barómetro Marca España. Observatorio Marca España. Real Instituto Elcano*. Recuperado de [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/observatoriomarcaespana/estudios/resultados/barometromarcaespana-3](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/observatoriomarcaespana/estudios/resultados/barometromarcaespana-3).

Roca, M. (2005). Uso y abuso de la estereotipia en los medios de comunicación. *Propuestas para un consumo sostenible desde la perspectiva de género. Área Abierta*, nº.5, pp. 1-6.

Rodrigo Alsina, M. (1999). *La comunicación intercultural*. Barcelona. España: Anthropos.

Rodríguez Cuadrado, B. (2013). *Estudio de la identidad y la cultura española actual: perspectiva a través de los Institutos Culturales Extranjeros* (Tesis de maestría). Instituto Ortega y Gasset, Madrid.

Rodríguez Cuadrado, B. (2014). *Realidad Cultural Española. Propuestas para la mejora de la imagen exterior de España en la publicidad*. Congreso Internacional de la SEECI 2014: Prospectiva en innovación y docencia universitaria. Área temática: Comunicación e Interactividad.

Rodríguez Cuadrado, B. (2015). La Mirada hacia los Otros: Estudio Sociolingüístico de la Imagen de España en *The Guardian* (2013-2014). *SASE. 27th Annual Conference*. Londres. Reino Unido.

Rodríguez Cuadrado, B. (2017). La imagen de España a través de los institutos culturales extranjeros. *Revista de Occidente*. (Abril, 2017), nº 431, pp. 115-119.

Ruiz San Román, J.A. (1997). *Introducción a la tradición clásica de la opinión pública*. Madrid. España: Tecnos.

Ruiz Gurillo, L. (2000). Las metáforas de un día en los medios de comunicación españoles. *ELUA. Estudios de Lingüística*, volumen (14), pp. 199-215.

Sánchez Giménez, J.A., Sotos Olmo, E. y Vázquez Barrio, T. (2017). Análisis de la presencia de España en la prensa mundial durante 2016. Observatorio Imagen de España. Real Instituto Elcano. Recuperado de <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/34e28461-0408-49fd-b4f6-96aa605ef1d0/DT9-2017-SanchezGimenez-SotosOlmo-VazquezBarrio-Analisis-presencia-Espana-prensa-mundial-2016.pdf?MOD=AJPERES&cacheid=1501498384784>

Sapir, E. (1949). *Culture, Language and Personality*. Berkeley: University of California.

Savage, J., y McGoun, C. (2012). *Technology, Culture and Communication*. Londres. Reino Unido: Routledge.

Sinclair, J. (2004). *Meaning the Framework of Corpus Linguistics*.

*Lexicographica*, 20, pp. 20-32.

Schatz, R. (2015). Stereotypes frame perception of Italy. Recuperado de [http://www.primaonline.it/wp-content/uploads/2015/04/countryimage\\_Italy\\_2012-2015\\_03.pdf](http://www.primaonline.it/wp-content/uploads/2015/04/countryimage_Italy_2012-2015_03.pdf)

Sperber, D., y Wilson, D. (1986). *Relevance. Communication & Cognition*. Oxford. Reino Unido: Blackwell.

Steen, G. (2008). The Paradox of Metaphor: Why We Need a Three-Dimensional Model of Metaphor. *Metaphor and Symbol, volumen (23)*, 213-241.

Subirats, E. (1984). El concepto de cultura. En Berenguer Castellar, A. et al., *Sobre el concepto de cultura*. Barcelona. España: Mitre.

Sweney, M. (21 de octubre de 2014). The Guardian overtakes New York Times in comScore traffic figures. *The Guardian*. Recuperado de <https://www.theguardian.com/media/2014/oct/21/the-guardian-overtakes-new-york-times-in-comscore-traffic-figures>

Tajfel, H. (1984). *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona. España: Herder.

Taylor, C. H. (2009). The Representation of Immigrants in the Italian Press. *Università degli Studi di Siena*. Recuperado de [http://www.academia.edu/853419/The\\_representation\\_of\\_immigrants\\_in\\_the\\_Italian\\_press](http://www.academia.edu/853419/The_representation_of_immigrants_in_the_Italian_press).

Taylor, S. E. (1981). A Categorization Approach to Stereotyping. En Hamilton, D. L. (Ed.), *Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior*. New York. EEUU: The Psychology Press. pp. 83-107.

The Guardian. Editorial.(2010). The euro: Year of the Pigs. *The Guardian*. (7 de Enero de 2010). Recuperado de <https://www.theguardian.com/commentisfree/2010/jan/07/eurozone-economics-global-recession-debt>

Tubella i Casadevall, I., y Vilaseca i Requena, J. (Eds.) (2005). *Sociedad del conocimiento. Cómo cambia el mundo ante nuestros ojos*. Barcelona. España: Eureka Editorial.

Turow, J. (2009). *Media Today: An Introduction to Mass Communication*. Londres. Reino Unido: Routledge.

UNESCO (2010). Informe mundial de la UNESCO. Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural. *UNESCO*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001878/187828s.pdf>.

Universidad de Salamanca. Los Internacionales y la Guerra Civil española: Literatura, Compromiso y Memoria. Bibliotecas, Investigación, Universidad de Salamanca. Recuperado de <https://transferencia.usal.es/los-internacionales-y-la-guerra-civil-espanola-literatura-compromiso-y-memoria/>.

Valcuende del Río, J. M. (1999). Espacio, territorio y comunidad: procesos de identificación y discursos. En Pujadas, J., Martín, E., y Pais de Brito, J. (Ed.), *Globalización, fronteras culturales y políticas y ciudadanía: actas del VII Congreso de Antropología*. Santiago de Compostela. España: Asociación Galega de Antropoloxía.

Van Dijk, T. (1992). Discurso y desigualdad. *Estudios de Periodismo*, volumen (1), pp. 5-22.

Van Dijk, T. (1999). El análisis crítico del discurso. *Revista Anthropos*, volumen (186), pp. 23-36.

Van Dijk, T. (1999). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Barcelona. España: Gedisa.

Van Dijk, T. (2003). La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad. En Wodak, R., y Meyer, M. (Ed.), *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona. España: Gedisa. pp. 179-205.

Velasco Maillo, H. M. (2003). *Hablar y pensar, tareas culturales. Temas de*

*antropología lingüística y antropología cognitiva*. Madrid. España: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Warren, J. (2010). Eurozone 'pigs' are leading us all to slaughter. *The Telegraph*. (5 de Febrero del 2010). Recuperado de <http://www.telegraph.co.uk/finance/comment/jeremy-warner/7168631/Eurozone-pigs-are-leading-us-all-to-slaughter.html>

White Hayes, M. (1996). *The Use of Metaphor in the British Press Reporting of the 1992 Currency Crisis* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

White Hayes, M. (1997). The Use of Metaphor in Reporting Financial Market Transactions. *Cuadernos de Filología Inglesa*, Universidad de Murcia, Vol 6/2: 233-245. Recuperado de <http://revistas.um.es/cfi/article/view/109091/103781>.

White Hayes, M y Herrera, H. (2003). Metaphor and ideology in the press coverage of telecom corporate consolidations. In: R. Dirven, R. Frank and M. Pütz (Eds). *Cognitive Models in Language and Thought. Ideology, Metaphors and Meaning*. Berlin-New York, Mouton de Gruyter. pp. 277-323.

Whorf, B. L. (1956). *Language, Thought and Reality*. Cambridge (MA). EEUU: The MIT press.

Wodak, R. (2003a). De qué trata el análisis crítico del discurso (ACD). En Wodak, R., y Meyer, M. (Ed.), *Métodos de análisis crítico del discurso*. (pp. 17-35). Barcelona. España: Gedisa.

Wodak, R. (2003b). El enfoque histórico del discurso. En Wodak, R., y Meyer, M. (Ed.), *Métodos de análisis crítico del discurso*. (pp. 101-143). Barcelona. España: Gedisa.

Wodak, R., y Meyer, M. (2003). *Métodos de análisis del discurso*. Barcelona. España: Gedisa.

Yubero, S., y Morales, J. (1996). *Del prejuicio al racismo. Perspectivas psicosociales*. Cuenca. España: Universidad de Castilla la Mancha.

